# DOCUMENT RESUME

ED 143 034 CS 501 759

| | |
|---|---|
| TITLE | Mass Communication Research--Current Documentation; Volume 6. |
| INSTITUTION | Press Research Centre, Krakow (Poland). |
| PUB DATE | 76 |
| NOTE | 303p.; Prepared by the Central European Mass Communication Research Documentation Centre (CECOM); see related document CS501760; abstracts have small print and may give poor reproducibility |
| AVAILABLE FROM | Press Research Centre, Rynek Glowny 23, 31-008 Krakow, Poland ($10.00 paper) |
| EDRS PRICE | MF-$0.83 HC-$16.73 Plus Postage. |
| DESCRIPTORS | *Abstracts; *Communications; *Foreign Countries; *Mass Media; *Media Research; News Media; *Propaganda; Technology |
| IDENTIFIERS | Bulgaria; Czechoslovakia; East Germany; Europe; Hungary; Poland; Rumania; Yugoslavia |

ABSTRACT

This publication, the sixth in a series, presents abstracts of 149 publications on mass communication research and propaganda, written by social scientists in Bulgaria, Czechoslovakia, the German Democratic Republic, Hungary, Romania, Yugoslavia, and Poland. For each abstract, information is provided about the language of the original document, its title in the original language, and its title in English translation. Key words that characterize the content of the document are also included. The abstracts are printed both in English and in Russian. (GW)

***********************************************************************
* Documents acquired by ERIC include many informal unpublished *
* materials not available from other sources. ERIC makes every effort *
* to obtain the best copy available. Nevertheless, items of marginal *
* reproducibility are often encountered and this affects the quality *
* of the microfiche and hardcopy reproductions ERIC makes available *
* via the ERIC Document Reproduction Service (EDRS). EDRS is not *
* responsible for the quality of the original document. Reproductions *
* supplied by EDRS are the best that can be made from the original. *
***********************************************************************

U.S. DEPARTMENT OF HEALTH,
EDUCATION & WELFARE
NATIONAL INSTITUTE OF
EDUCATION

THIS DOCUMENT HAS BEEN REPRODUCED EXACTLY AS RECEIVED FROM THE PERSON OR ORGANIZATION ORIGINATING IT. POINTS OF VIEW OR OPINIONS STATED DO NOT NECESSARILY REPRESENT OFFICIAL NATIONAL INSTITUTE OF EDUCATION POSITION OR POLICY

# MASS COMMUNICATION RESEARCH
## Current Documentation
## Volume 6

Press Research Centre
Rynek Glowny 23
31-008 Krakow
Poland

"PERMISSION TO REPRODUCE THIS MATERIAL HAS BEEN GRANTED BY

Press Research
Centre

TO THE EDUCATIONAL RESOURCES INFORMATION CENTER (ERIC) AND THE ERIC SYSTEM CONTRACTORS."

**ŚRODKOWOEUROPEJSKI OŚRODEK DOKUMENTACJI BADAŃ NAD KOMUNIKOWANIEM MASOWYM**

**CENTRAL EUROPEAN MASS COMMUNICATION RESEARCH DOCUMENTATION CENTRE**

**СРЕДНЕЕВРОПЕЙСКИЙ ЦЕНТР ДОКУМЕНТАЦИИ ИССЛЕДОВАНИЙ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ПРОПАГАНДЫ**

CECOM
CEKOM

31-008 KRAKÓW
Rynek Główny 23
telefony: 582-00, 276-66
Telex: 032401

## "MASS COMMUNICATION RESEARCH - CURRENT DOCUMENTATION"

### A New Documentational Publication

Books and articles in scientific publications on the press, radio and television appearing in the Central European Socialist countries are not easily accessible to recipients in other countries, mainly due to language difficulties, though also due to lack of systematic, current specialist bibliographies.

The new documentational publication, "Mass Communication Research - Current Documentation", the first four volumes of which have appeared in Cracow over the past year, has to a large extent removed many of these problems. It is published by Central European Mass Communication Research Documentation /CECOM/, a body existing within the framework of the Press Research Centre in Cracow /Poland/.

"Mass Communication Research - Current Documentation", which appears at six-monthly intervals, presents abstracts of publications on mass communication research and propaganda in the Central European Socialist countries - Bulgaria, Czechoslovakia, the German Democratic Republic, Hungary, Rumania, Yugoslavia, and Poland. Each volume is composed of a set of about 120 - 140 loose A-5 sheets /210x148 mm/ with texts in English and Russian. Each sheet contains a bibliographical description /author's name, title of publication in original language and translated version, place of publication/, keywords and an abstract of the publication.

The abstracts are fairly extensive, containing some 100-200 words; this enables the reader to make a preliminary selection of material according to his personal interests without the necessity of a knowledge of the original document. The keywords are further intended to help him obtain a basic knowledge of the content of the analysis. The textual analysis gives information on the subject of the work, methods and techniques applied, and the results presented by it.

"Mass Communication Research - Current Documentation" is produced on the basis of team effort. Abstracts are written by social scientists engaged in mass media research in Bulgaria,Czechoslovakia, the German Democratic Republic, Hungary, Rumania, Yugoslavia and Poland.

By virtue of its precise publishing programme, "Mass Communication Research - Current Documentation"is the first successful attempt at compiling a systematic international publication of current literature on mass media research in the Central European Socialist countries. It is based on "Polish Annotated Bibliography of Mass Media Science" - a publication commended by the Bibliographical Section of AIERI as a model of good documenting in the field of mass media research.In spite of its short period of existence, "Mass Communication Research - Current Documentation"has already become an important element in the workshop of the researcher interested in the various social aspects of the mass media in the mentioned countries. Thus it serves as a means of presenting the work of social scientist from the Socialist countries to an international audience.

The publication is widely distributed among the journalist research and teaching institutions throughout the Socialist countries.Also, as a publication of CECOM - a unit in the worldwide network of regional research documentation centres working under the auspices of UNESCO - it is known in similar institutions in France, Finland, Canada, Singapore, Equador and Great Britain.

The simplest way to ensure continous regular delivery of "Mass Communication Research - Current Documentation" is to send an order to:

THE PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23
31-008 Kraków, POLAND

Orders for regular delivery, or for particular volumes /price per volume:US.$ 10/ will be handled through the export office of ARS POLONA in Warsaw.The publisher will send a complimentary copy on request.

ŚRODKOWOEUROPEJSKI OŚRODEK DOKUMENTACJI BADAŃ
NAD KOMUNIKOWANIEM MASOWYM

CENTRAL EUROPEAN MASS COMMUNICATION RESEARCH
DOCUMENTATION CENTRE

СРЕДНЕЕВРОПЕЙСКИЙ ЦЕНТР ДОКУМЕНТАЦИИ
ИССЛЕДОВАНИЙ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
И ПРОПАГАНДЫ

CECOM
CEKOM

31-008 KRAKÓW
Rynek Główny 23
telefony: 582-09, 270-66
Telex: 032491

Volume six contains the following abstracts:

В шестом выпуске помещены следующие аннотации:

271, 426, 427, 435, 512, 518, 519, 520, 524, 537, 543, 551, 554, 568, 570, 571, 575, 578, 590, 599, 625, 628, 629, 631, 643, 651, 652, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 693, 694, 695, 696, 700, 702, 703, 706, 707, 708, 709, 710, 712, 713, 716, 718, 719, 721, 722, 729, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 756, 758, 759, 760, 761, 763, 764, 766, 767, 779, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 790, 791, 792, 793, 795, 799, 801, 803, 804, 805, 806, 807, 810, 811, 812, 814, 816, 817, 818, 820, 821, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855.

Volumes one, two, three, four and five contain the following abstracts:

В первом, втором, третьем, четвертом и пятом выпусках помещены следующие аннотации:

1-270, 272-425, 428-434, 436-511, 513-517, 521-523, 525-536, 538-542, 544-546, 548-550, 552, 553, 555-567, 569, 572-574, 576, 577, 579-589, 591, 592, 594, 595, 597, 598, 600-614, 616-624, 626, 627, 632-642, 644-650, 653-656, 658-660, 692, 697-699, 701.

271

Hungarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - television - leisure time - entertainment - entertaining program - recipients - opinions

NAGY Marta : Vélemények a szórakozásról, a rádió és a televizió szórakoztató müsorairól

Opinions on Entertainment and Entertaining Programs in Radio and on Television

Tanulmányok. Tömegkommunikaciós Kutatóközpont, Budapest 1974 no 8

The place and role of entertainment in radio and television programs.

The double understanding of the idea of entertainment, its interpretation by the recipients and authors of the program. Empirical research shows that the most popular way of spending leisure timy is by making use of the mass media; every other activity has a considerably lesser role. The lower the level of education, the greater the percentage of those who rate the mass media among the most attractive ways of spending free time. The recipients are explicit about their wishes as to the time of transmission of programs which they consider entertaining. The bulk of the respondents wish to watch the entertaining programs on television towards the end of week, in the evenings. Radio entertaining programs should be transmitted on the week-days. The majority of the respondents associate television with entertainment. The opinions on radio are different - it is associated with entertainment only in a small degree; its other functions - first of all educational - come to the fore.

(date; abstract's author)

J. Kováts, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 270-88
31-008 Kraków
Poland

271

венгерский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - телевидение - свободное время - развлечение - развлекательная радиопрограмма - реципиенты - мнения

(Дата; автор абстракта)

5/1976, И. Ковач

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-[illegible]
Польша

**ЦЕКОМ** ▪ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

NAGY Marta : Vélemények a szórakozásrol, a rádio és a televizió szórakoztató műsorairól

Мнения по отношению к развлечению, к развлекательным радио- и телепрограммам

Tanulmányok. Tömegkommunikaciós Kutatoközpont, Budapest 1974 # 8

Место и роль развлечения в радио- и телепрограммах.

Двоякое понимание определения "развлечение"; понимание этого определения реципиентами и создателями программы. Эмпирические исследования показывают, что самой популярной формой проведения свободного времени является использование средств массовой информации и пропаганды; другие действия выполняют меньшую роль. Чем ниже уровень образования, тем выше процент реципиентов причисляющих использование средств массовой информации и пропаганды к наиболее атракционным способам проведения свободного времени. Реципиенты представляют определенные требования относительно времени трансляции развлекательных - по их мнению - программ. Значительное большинство респондентов желает смотреть развлекательные программы к концу недели, вечером. Развлекательные радиопрограммы должны транслироваться в будние дни. Большинство реципиентов отождествляет телевидение с понятием развлечения. Другие мнения есть по отношению к радио; только в небольшой степени оно отождествляется с развлечением - оно выполняет другие функции /прежде всего просветительские/.

426

Serbo-Croatian

*(Language of the original document)*

**KEYWORDS:**

press - history - bibliography - statistics - Yugoslavia - 1945-1973

*(date; abstract's author)*

S. Dziki, Sept. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 278-66**
**31-008 Kraków**
**Poland**

STOKOVIĆ Živorad K. : Štampa naroda i narodnosti u SFRJ 1945-1973. Građa za istoriju štampe

The National Press and the Press of the Nationalities of the Socialist Federal Republic of Yugoslavia 1945-1973. Materials to the History of Press

Jugoslovenski Institut za Novinarstvo, Beograd 1975 624 pp.

The Yugoslavian press in the post-war period; a statistical and bibliographical characterization.

Bibliographical and statistical methods.

A bibliographical description of Yugoslavian periodicals appearing in 1973 /3090 papers altogether/ in a geographical arrangement according to the administrative division. In the framework of individual chapters the arrangement is according to the universal decimal classification. The statistical description of the press and editorial production in Yugoslavia in the post-war period is the main part of the book. The press is characterised in the following typological groups: 1. dailies /arrangement according to the administrative division;33 papers - 10 in Serbia and 10 in Croatia/; 2. local press /arrangement according to the administrative division - 18 in Serbia and 18 in Croatia/; 3. informational and political and also the illustrated entertaining weeklies /44 papers/; 4. press of the national minorities /including 6 papers in Albanian, 3 in Bulgarian, 2-Czech, 3-Italian, 9-Hungarian, 3-Rumanian, 2 - Russian, 3-Slovakian, 4-Turkish/; the religious press /arrangement according to the administrative division; 35 papers/. Altogether 215 papers have been characterized and described. The descriptions include the basic information about a paper /the policy, the scope of interest, editor-in-chief, the language/ and about its circulatio numbers in the consecutive years of its publication. The whole is supplemented by alphabetical indexes of the titles of periodicals and the names of journalists and editors.

One of the few bibliographical and statistical works of that type.

427

Serbo-Croatian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - history - Yugoslavia - 1834-1872

(date; abstract's author)

S. Dziki, Jul. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 278-88**
**31-008 Kraków**
**Poland**

БЈЕЛИЦА Михаило : Политичка штампа у Србији 1834-1872

BELITSA Mihailo : Political Press in Serbia 1834-1872

Jugoslovenski Institut za Novinarstvo, Beograd 1975 201 pp.

The origination and development of Serbian press from the first periodicals /1834/ till the appearance of socialist press /1872/.

An essay based on archival materials, the literature of the subject and a general knowledge of the press in question.

The subject of the research is first of all the informational and political press, but the author does not leave out other periodical publications which carry articles or illustrations of political character. Most attention is paid to the research into the role of press as a propaganda means in the political and social development of Serbia. The formation of the editing activity in Serbia, the organisation of editorial work, the appearance and formation of journalistic genres. The economic, technical and financial issues and the journalist's profession have been discussed separately. The book is supplemented by a chronological list of Serbian papers of the years 1834-1872 /50 papers/. "Serbian News" is the oldest paper. The paper which appeared for the longest time is "Głasnik Drusztwa Serbske Słowesnosti" /1847-1892/; the greatest number of papers appeared in 1871 /8/.

427

сербо-хорватский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - история - Югославия - 1834-1872

(Дата; автор абстракта)

7/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-60
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

БЈЕЛИЦА Михаило : Политичка штампа у Србији 1834-1872
Политическая печать Сербии 1832-1872

Jugoslovenski Institut za Novinarstvo, Beograd 1975 стр. 201

Возникновение и развитие сербской печати начиная с основания первых журналов /1834/ до сформирования социалистической печати /1872/.

Доклад по архивным материалам, по литературе предмета и по общим сведениям относительно содержания обсуждаемой печати.

Объектом исследований автора прежде всего является информационно-политическая печать; однако он учитывает также и периодические публикации, содержащие статьи или же иллюстрации с политическим содержанием.Основное внимание автора уделяется изучению роли печати как средства пропаганды в политическом и общественном развитии Сербии.Особое внимание уделяется формированию издательской деятельности в Сербии, формированию организации редакционной работы, формированию журналистских жанров. Отдельно обсуждается экономически-технические и финансовые проблемы, а также формирование профессии журналиста. Дополнением книги является хронологический перечень сербской печати 1834-1872 г.г. /в общем 50 заглавий/. Первым журналом был журнал "Сербские новости". Длинее всех издавался журнал "Głasnik Drusztwa Serbske Słowesnosti" /1847-1892/; больше всего новых журналов /8/ издавалось в 1871 г.

426

сербо-хорватский
(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - история - библиография - статистика - Югославия - 1945-1973

STOKOVIĆ Živorad K. : Štampa naroda i narodnosti u SFRJ 1945-1973. Grada za istoriju štampe

Народная печать и печать национальностей Социалистической Федеративной Республики Югославии 1945-1973. Материалы для истории печати

Jugoslovenski Institut za Novinarstvo, Beograd 1975 стр. 624

Югославская печать в послевоенный период; статистическо-библиографическая характеристика.

Библиографические и статистические методы,

Библиографическое описание югославских журналов издающихся в 1973 г. /в общем 3090 заглавий/ в географическом порядке согласно административному делению. В отдельных статьях система образована по классической десятичной классификации. Основной частью книги является статистическое описание печатно-издательского производства в Югославии в межвоенный период. Печать характеризуется в следующих типологических группах: 1. ежедневники /система основана на административном делении/ - 33 заглавия;/10 в Сербии и 10 в Хорватии/; 2. локальная печать /система основана на административном делении/ - 68 заглавий; /18 в Сербии и 18 в Хорватии/; 3. информационно-политические и иллюстрационно-развлекательные еженедельники /44 заглавия/; 4. печать национальных меньшинств /в этом: на албанском языке - 6 заглавий, на болгарском языке - 3, на чешском - 2, на итальянском - 3, на венгерском - 9, на румынском - 3, на русском - 2, на словацком - 3, на турецком - 4/; 5. культовая печать /система основана на административном делении/ - 35 заглавия. В общем охарактеризовались и описались 215 заглавий. В отдельных описаниях содержатся основные информации о журнале /политическое направление, пределы интересов, главный редактор, язык издания/ и о его тиражной ситуации в отдельные годы издавания. Работу дополняет алфавитный перечень журналов и фамилий редакторов и издателей.

Одно из немногих библиографическо-статистических описаний такого типа.

(Дата; автор абстракта)

9/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

435

●CECOM● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

**Polish**

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - development - local press /suburban press/ - Australia

STARZAK Grażyna : Prasa w Australii

Press in Australia

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 no 4 pp. 103-107

The state and the development trends of Australian press.

A reporting and informational article.

The systematic decrease in number of national dailies with the simultaneous, rapid development of suburban press /local press, papers of districts of great cities and of satellite towns/. The oldest and the most popular national dailies: "The Sydney Morning Herald", "Courier Mail", "The Age". The suburban press /186 papers of the weekly circulation of about 5-5.5 million copies/ is concentrated in the hands of 3 press concerns: Herald and Weekly Times, News Ltd /Murdoch/, John Fairfax and Sons Ltd. A description of the suburban press on the example of Melbourne /64 papers/ and Sydney /72 papers/; the centralization of printing houses, a limitation of the freedom of press, political dependence, control of work by the publisher and pressure groups; primitive production technique. The editorial staff's interest concentrates on the local news, the society news, on the analysis of the market supply, information about the supply of stores and the prices. The Australian press in the light of the press research in Australia: disproportion between the topics from different states and cities, the privileged position of topics on the ruling classes and the financial circles, conservatism and subjection of the national press to the publisher; the popularity of suburban press, readers' preferences /local news, information about supplies and prices, social news/. "The local press impoverishes the inner life of the average reader and does not provide him with a true knowledge of the world. The fact that the bulk of urban residents reads the press of its suburb only is alarming".

(date; abstract's author)

D. Wągiel, Sept. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

435

польский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - развитие - локальная печать /субурбии/ - Австралия

STARZAK Grażyna : Prasa w Australii

Печать в Австралии

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 № 4 стр. 103-107

Состояние и направления развития австралийской печати.

Отчетно-информационная статья.

Постоянное понижение числа ежедневников с центральным радиусом при одновременном быстром развитии печати субурбии /локальная печать, газеты городских кварталов и городов-спутников/. Самые популярные и самые ранние центральные ежедневники: "The Sydney Morning Herald", "Courier Mail", "The Age". Печатью субурбии /186 заглавий с еженедельным тиражом 5-5,5 млн. экземпляров/ в основном управляют три концерны печати: Herald and Weekly Times, News Ltd /Murdoch/, John Fairfax and Sons Ltd. Характеристика печати субурбии на примере Мельбурн /64 заглавия/ и Сидней /72 заглавия/: издательская централизация, ограничения свободы печати, политическая зависимость, контроль издателя и групп оказывающих давление; примитивная технология производства. Интересы редакции сосредоточиваются на локальных известиях, приготовлении светской хроники, анализе снабжения рынка, информациях о снабжении магазинов и о ценах. Австралийская печать в свете печатоведческих исследований в Австралии: м.п. недостаток пропорций между материалами из разных штатов и городов, привилегированное положение материалов относящихся к управляющему классу и к финансовым кругам, консерватизм и подчинение по отношению к издателю в центральной печати: популярность печати субурбии, читательские предпочтения /локальные известия, информации о снабжении и ценах, светская хроника/. "Локальная печать обедняет внутренние переживания заурядного читателя и не доставляет ему прочных сведений об окружающем мире. Беспокоит факт, что преобладающее большинство жителей столицы читает только печать своей субурбии".

(Дата; автор абстракта)

9/1976, Д. Вонгель

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-86
Польша

512

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - press market - dailies - periodicals - Poland

KUPIS Tadeusz : Dzienniki i czasopisma na polskim rynku prasowym

Newspapers and Other Periodicals on the Polish Press Market

Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW "Prasa-Książka-Ruch", Kraków 1975 279 pp.;English and Russian summaries. Biblioteka Wiedzy o Prasie, series B vol. 19

The operation of the Polish press market; theory and practice.

Questionnaire survey conducted over the period 1967-1971 on the readership of week-end editions in the conditions of insufficient supply of the reader's market. Experiments consisting in fully appeasing the demand of all places of sale for the press in the selected towns.

The degree of efficiency of the press system is determined by five factors: a. the purchase of the papers should be out of free personal choice, b. it should be purchased systematically, c. the reception of the press should be selective, d.the press should be communicative, e. the fundamental opinions propagated by the press should be accepted by the readers as their own. The press and editing policy is carried out in the conditions of deficit of paper and an underdevelopment of the press sub-structure. The observed interest in week-end editions of morning dailies is connected first of all with the shortage of periodicals. This shortage is substantial. In the experiment described above it has been stated that it concerns the majority of papers, especially women's papers, afternoon dailies, sports and illustrated press. For the press market to be propagandistically effective, the publisher's market should be transformed into the reader's market.

The subject has been treated previously; it sums up the up-to-date knowledge of the reader's market in the conditions of dissatisfaction of demands.

(date; abstract's author)

H. Siwek, July 1975

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-96
31-008 Kraków
Poland

512

польский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - рынок печати - ежедневники - журналы - Польша

(Дата; автор абстракта)

7/1975, Х. Сивек

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

KUPIS Tadeusz : Dzienniki i czasopisma na polskim rynku prasowym

Ежедневники и журналы на польском рынке печати

Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW "Prasa-Książka-Ruch", Kraków 1975 стр. 279; резюме на английском и русском языках. Biblioteka Wiedzy o Prasie серия B вып.XIX

Функционирование рынка печати в Польше - теория и практика.

Опросные исследования относящиеся к кругу читателей суббото-воскресных изданий и к спросу на печать в условиях неполной насыщенности читательского рынка. Распределительные эксперименты в выбранных городах состоящие в полной насыщенности печатью во всех пунктах продажи печати в изучаемых городах.

Степень пропагандистской эффективности системы печати в основном зависит от пяти факторов: а. печать должна покупаться добровольно, в условиях свободного выбора данного журнала; б. печать должна покупаться регулярно; в. восприятие печати должно происходить селективно; г. общественный прием печати зависит от степени понятности этой печати; д. существенные мнения, популяризированные в печати должны восприниматься читателями как собственные мнения. Печатно-издательская практика реализируется в условиях дефицита бумаги и отставания системы печати. Интерес читателей к суббото-воскресным изданиям утренних газет связан прежде всего с большим дефицитом журналов. В исследованиях установлено, что этот дефицит в основном относится к большинству журналов /прежде всего женских/ а также к вечерним изданиям, к спортивной и иллюстрированной печати. Учитывая хотя бы пропагандистскую эффективность рынка печати необходимым является превращение рынка печати издателя в рынок печати читателя.

Одно из многих исследований на эту тему; синтез существующих данных относящихся к рынку печати в условиях неудовлетворительного предложения печати.

518

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - local press - on youth - intentional pattern - propagated pattern

(date; abstract's author)

Z. Bajka, Aug. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 278-86
31-008 Kraków
Poland

WZÓR MŁODEGO OBYWATELA PROPAGOWANY PRZEZ PRASĘ LOKALNĄ. Praca zbiorowa pod red. Hieronima Kubiaka

THE MODEL OF THE YOUNG CITIZEN AS PROPAGATED BY THE LOCAL PRESS. A team effort under the editorship of Hieronim Kubiak

Instytut Socjologii Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1975 111 pp.

The model of the young citizen in the non-national /Voivodeship/ press and in the opinions of its young audience.

A content analysis of the Cracow and Wrocław dailies /for 1974/. A similar analysis of the Cracow dailies for 1967 was also used for comparative purposes; interviews with journalists.

The content analysis of the non-national dailies showed, that the model of a young citizen as presented in them is as follows: male, aged 25-30, resident and employed in a large urban area, white-collar or intelectual with a Science or Arts background, identifying himself with the values of a Socialist society, but with a formally unspecified affiliation to a Party or any social and political organisation, and of unspecified social origination. He is aspiring, intelligent and self-reliant, achieving his personal ambitions through work for common good. He is presented by the press on two levels: a/ the professional and b/ the social and political level. Rarely is his private life described. Compared with that of 1967, the 1974 model is more complete, with such new characteristics as civil courage, the existance of both virtues and vices in the same character, and his representation of a considerably wider range of social and professional types. He is still rarely presented in private life, though this sphere of human activities is certainly among the most important to the young. The model presented is the fuller, the younger the editorial team responsible for it.

The subject has been treated previously; the work confronts an intentionally created model with the model as depicted in the press and the opinions of the young.

518

польский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - локальная печать - о молодежи - интенциональный образец - популяризованный образец

(Дата; автор абстракта)

8/1975, З. Байка

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-88
Польша

**WZÓR MŁODEGO OBYWATELA PROPAGOWANY PRZEZ PRASĘ LOKALNĄ.** Praca zbiorowa pod red. Hieronima Kubiaka

**ОБРАЗЕЦ МОЛОДОГО ГРАЖДАНИНА ПОПУЛЯРИЗОВАННЫЙ ЛОКАЛЬНОЙ ПЕЧАТЬЮ.** Коллективная работа под редакцией Херонима Кубяка

Instytut Socjologii Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1975 стр. 111

Образец молодого гражданина на страницах воеводской печати и во мнениях ее молодых реципиентов.

Анализ содержания краковских и вроцлавских ежедневников /за 1974 г./; сравнительно использованы также результаты анализа краковских ежедневников за 1967г. и интервью проведенные среди журналистов.

Вот каков образец молодого гражданина /на основании детального анализа содержания воеводских газет/ - это мужчина, в возрасте 25-30 лет, который живет и работает в большом городе /в технической или гуманитарной специальности/, совпадающий с качествами социалистического общества, с формально неопределенной принадлежностью к партии или к общественно-политической организации и с неопределенным общественным происхождением. Он честолюбив, сообразителен, самостоятелен, собственные цели осуществляет путем труда в пользу всех. Он представляется в двух плоскостях: профессиональной и общественно-политической; практически - редко в личной жизни. По сравнению с 1967 г., образец из 1974 г. более подробный /здесь появились такие черты характера как цивильное мужество; образец гражданина имеет положительные и отрицательные черты характера, представляет собой более широкий диапазон общественно-профессиональных типов/. Он все еще редко представляется в лично-семейной обстановке, хотя эта сфера действия человека является одной из самых важных для молодежи. Представляемый образец тем подробнее, чем моложе редакционный коллектив.

Многократная разработка; сравнивает интенциональный образец с образцом, популяризованным в печати и во мнениях молодых читателей печати.

519

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

television - television program - entertainment program - recipients - evaluations

(date; abstract's author)

Z. Bajka, Aug. 1975

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-00
31-008 Kraków
Poland

**• CECOM •** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

RUDNIK Hanna : Rozrywka w telewizji /na podstawie badań panelowych w IV kwartale 1974 roku i I kwartale 1975 roku/

Entertainment on Television /on the Basis of Panel Study for the 4th Quarter of 1974 and the 1st Quarter of 1975/

Aktualności Radiowo-Telewizyjne, 17/18:1975 no 13 pp.11-20

A description of the public of television entertainment shows and assessment of the popularity of the individual entertainment programmes with the viewers.

An analysis of panel study conducted weekly on a representative sample of 1000 from the adult population in Poland /ie. over 15/.

In Poland the audience of television shows comprises some 30% of the total adult population and is next in size only to the audience of feature films, the main news program, and plays, as presented on television. In the viewers' opinion the television entertainment is ranked lower then the mentioned program. The average rating was positive. The two light entertainment programs having the highest popularity rating were "Bajka dla dorosłych" and the show "Z wizytą u Was". They also received the highest marks for credit. Over half of the viewers was in favour of increasing the number of entertainment programs, especially of variety shows and of musical entertainment. It was found that the viewers of television light entertainment programs tended not to be less-educated nor village-dwellers. There was less interest in those entertainment programs which form an integral part of well-known television publicistic programs.

The subject has been treated previously; this work brings up to date the knowledge of the discussed matters. The use of the applied panel technique enabled the changes which had taken place to be described in a dynamic manner.

519

**ПОЛЬСКИЙ**

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

телевидение - телепрограмма
- развлекательная программа
- реципиенты - оценки

(Дата, автор абстракта)

8/1975, З. Байка

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

RUDNIK Hanna : Rozrywka w telewizji /na podstawie badań panelowych w IV kwartale 1974 roku i I kwartale 1975 roku/

Развлечение по телевидению /на основании сравнительных /панэль/ исследований в последней четверти 1974 г. и в первой четверти 1975г./

Aktualności Radiowo-Telewizyjne, 17/[illegible]:1975 № 13 стр. 11-20

Характеристика реципиентов развлекательных телепрограмм, и также оценка телезрителями отдельных развлекательных телепередач.

Анализ еженедельных сравнительных исследований, проведенных на репрезентативной пробе насчитывающей 1000 человек в возрасте за 15 лет.

Аудитория телепрограмм насчитывает около 30% взрослого населения Польши и по числу уступает только количеству реципиентов художественных фильмов, реципиентам основного издания последних телеизвестий и реципиентам телетеатра. Оценки развлекательных телепрограмм немного ниже оценок упомянутых программ и в среднем эти программы оцениваются как хорошие. Самой большой популярностью пользуются две развлекательные телепередачи "Сказка взрослым" и эстрадная программа "С визитом у вас"; эти передачи получают самые высокие оценки. Больше чем половина телезрителей требует повышения числа развлекательных передач, особенно типа "варьетэ", и также ревью певцов. Реципиентами телепрограмм реже бывают люди с низшим образованием и также жители деревень; это утверждение /особенно по отношению к частоте/ относится также к самым пожилым телезрителям. Меньшим интересом пользуются развлекательные передачи, составляющие основную часть публицистических телепередач.

Многократная разработка; возобновляет знания о представляемых проблемах. Благодаря примененной, сравнительной /панэль/ технике исследований, можно с точки зрения динамики проследить разные изменения.

520

Hungarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

sources of information - circulation of information - plant

(date; abstract's author)

J. Lukáts, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

●CECOM● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ERDOSI Sándor : A dolgozók érdeklodese és a vallalati tájékoztatás. Az üzemi demokráciaról általában

The People's Interests and the Plant Information. The Issues of Democracy in Plant

Rádió és Televizió Szemle, 1975 no 4 pp. 31-44

Democracy in the plant - the plant information.

An analysis of the results of public opinion survey done in 1975 in Tömegkommunikacios Kutatóközpont. The survey /interviews/ covered 700 working people living in Budapest and 3 other large cities and commuting to work there. The sample included women and men, the workmen and the managers.

The main source of information inside the plant are the personal experiences and then the direct conversations, staff meetings. The degree of awareness of the workmen is strictly connected with their interests. The central issue are the matters related to the individual and plant interest: work-profit. The relations between interest and information: "The subordinates get least information on this very subject which is most interesting for them". For a change to take place, such a form of plant forum is necessary which would relate the matters connected with the interest of both the individual and the plant.

520

венгерский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

источники информации -
обращение информации -
предприятие

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Люкач

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-68
Польша

ERDOSI Sándor : A dolgozók érdeklodese és a vallalati tájékoztatás. Az üzemi demokráciáról általában

Заинтересованности трудящихся и информация в предприятии. Вопросы демократии в предприятии

Rádió és Televizió Szemle, 1975 # 4 стр. 31-44

Демократия в предприятии - информация в предприятии.

Анализ результатов исследований по общественному мнению, проведенных в 1975 г. работниками венгерского радио и телевидения. Исследования проводились на группе 700 человек - работающих и живущих в Будапеште, а также в 3 больших городах и проезжающих на работу. Среди опрашиваемых были женщины и мужчины, рядовые рабочие и руководящая кадра.

Самым важным источником информации в предприятии являются личные опыты, следовательно - непосредственные разговоры, производственные совещания. Степень осведомления рабочих тесно связана с их интересами. Рабочие проявляют интерес прежде всего к вопросам выражающим интерес личности и интерес предприятия: работа - зарплата. Взаимоотношения между заинтересованностью и информацией: "подчиненные получают меньше всего информаций именно на темы, к которым проявляют самую большую заинтересованность". Для изменения такой ситуации необходимо в предприятии создать такие условия для информации, в которых вопросы связанные с интересом личности соединялись бы с интересом самого предприятия.

524

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

technical periodicals - on world technology - Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

TOPOLNICKI Tadeusz : Jak polska prasa techniczna informuje o rozwoju techniki światowej

How the Polish Technical Press Provides Information on the Development of Technology in the World

Wydawnictwa Czasopism Technicznych NOT, Warszawa 1975 30 pp. unpag. 2; Prace Prezydium, Zespołów i Komisji Rady Prasy Technicznej, no 1

The subject of technology abroad in the Polish technical press.

Analysis of the results of a survey conducted at the editorial offices of 31 selected technical periodicals; the opinions of selected consultants on the way in which information on foreign technological achievements is presented in certain Polish periodicals.

A critical assessment of the way in which information of world technology is presented in the press. The central question is one of quality rather than quantity of such magazines and periodicals. There is a predominance of descriptive publications and reports, often lacking sufficient topicality and dealing with topics of marginal interest - "there is a lack of such matters as - for example - planning and the question of accuracy; and there is insufficient emphasis of those aspects which are part and parcel of the routine work of the average technical officer - of those matters which form the kernel of his intellectual effort." "Przegląd Techniczny", a magazine intended for the widest range of readers interested in technology, devoted only 8.5% of its total space to foreign technology in the studied period /1973/. Thus it is necessary for the editorial boards of technical magazines to establish a closer form of co-operation with the national network of centres for scientific, technical and economic information "in order to examine the possibilities of a fuller utilisation of the material produced by them on the subject of foreign technology"..

The first work of its kind in the Polish literature of the subject.

(date; abstract's author)

S. Dziki, Aug. 1975

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 270-66
31-008 Kraków
Poland

524

ПОЛЬСКИЙ

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

технические журналы - о мировой технике - Польша

(Дата; автор абстракта)

8/1975, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-46
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

TOPOLNICKI Tadeusz : Jak polska prasa techniczna informuje o rozwoju techniki światowej

Как польская техническая печать информирует о развитии мировой техники

Wydawnictwa Czasopism Technicznych NOT, Warszawa 1975 стр. 30. Prace Prezydium,Zespołów i Komisji Rady Prasy Technicznej # 1

Проблематика зарубежной техники на страницах польских технических журналов.

Анализ результатов анкеты, направленной в 31 редакцию избранных технических журналов; мнение избранных консультантов о способе информирования о заграничной технике на страницах исследуемых изданий.

Критическая оценка способа передачи информаций о мировой технике. Представляется, что необходимо не столько увеличивать количество публикаций, сколько больше внимания обращать на их качество. Превалируют отчетные или описательные информации, часто лишенные черт актуальности, касающиеся второстепенной тематики: "недостает таких проблем, как, например, проблема проектирования,проблематика точности; отсутствует многое из того, что придает "вкус" ежедневной работе обычного инженера, что составляет содержание его мыслительной работы". "Пшеглонд Техничны", адресованный наиболее широкому кругу людей, связанных с техникой, тематике мировой техники уделил только 8,5% своего объема /за исследуемый период, 1973 г./. Возникает необходимость установить тесную связь и сотрудничество между редакциями технических журналов и центрами научно-технической сети и экономической информации в стране "с целью исследования возможностей более полного использования материалов о зарубежной технике".

Первая разработка.

537

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - reception - research - critical analysis - periodisation - Poland

(date; abstract's author)

H. Siwek, Sept. 1975

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 270-80
31-008 Kraków
Poland

MIKUŁOWSKI POMORSKI Jerzy : Badania nad odbiorcą prasy w Polsce /W poszukiwaniu założeń teoretycznych/

Studies on the Recipient of the Press in Poland /In Search of Theoretical Assumptions/

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 no 3 pp. 5-20; English and Russian summaries

A description of the concepts in press reception research used in Poland from the point of view of their latent theoretical assumptions; an attempt at division into distinct periods.

Critical analysis of publications on research of press reception. Analysis of 33 investigatory questionnaires from the aspect of the nature of the questions and the subjects treated in them.

The research was rarely found to have a theoretical orientation. Evidence of this lack was the arbitrary choice of definitions, the incongruity of concepts applied, the infrequent treatment of theoretical problems and the similarly infrequent verification of theoretical models. Simplistic nature of conduction of research. There was a tendency of avoiding the formulation of empirical models and hypothesis, and the facts amassed from various studies did not show a cumulative nature. The dominant model was the static research of readership, as a constituent of a particular interpretation of research into participation in culture. Three periods could be distinguished here: a. 1957-60 - the beginnings of research, extensive questionnaires,a historical approach to the group of recipients, emphasis on the instrumental functions of the mass media; b. 1961-69 - less extensive questionnaires, research of special problems /eg. advertising/, the importance of psychological factors in the determination of reception. Readership of the press seen as a form of participation in culture. Reception as a function of interests and needs. Separate researches into the reception of the press, radio and television in rural areas; c. the seventies - the expansion of the scope of research, stress on research of press,radio and television reception with reference to the various spheres of activity in which the studied individuals engaged, a more dynamic approach. A more definite re-orientation towards theory is essential. The rather sporadic nature which has featured theoretical research in Poland up to now and its sensitivity to the influence of various trends and schools of thought may prove beneficial in the theoretical directioning of Polish research.

The subject has been treated previously; the author's views on the subject of research as conducted up to the present time.

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

537

польский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - восприятие - исследования - критический анализ - периодизация - Польша

(Дата; автор абстракта)

9/1975, Х. Сивек

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-06
Польша

MIKUŁOWSKI-POMORSKI Jerzy : Badania nad odbiorcą prasy w Polsce /W poszukiwaniu założeń teoretycznych/

Исследования читательской среды в Польше /В поисках теоретических принципов/

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 № 3 стр. 5-20; резюме на русском и английском языках

Характеристика проведенных ранее в Польше исследований восприятия - с точки зрения скрытых в них теоретических положений; попытка периодизации исследований.

Критический анализ публикаций на тему восприятия печати. Анализ содержания 33 исследовательских анкет - с точки зрения характера задаваемых вопросов и поднятых проблем.

Предпринимаемые исследования редко были обоснованы теоретически. Отсутствие теоретической ориентации проявляется в случайном подборе дефиниций, несвязанности применяемых понятий, редком решении теоретических вопросов и в редкой проверке теоретических моделей. Схематизм исследований. Не формулируются эмпирические модели, не ставятся гипотезы, сведения, почерпнутые из разных исследований, не имеют кумулятивного характера. Доминирует модель статических исследований читаемости, входящая в своеобразно понимаемые исследования участия в культуре. Можно обозначить три периода: а/ 1957-60 - начало исследований, обширные анкеты, исторический подход к группам читателей, упор на инструментальные функции средств массовой информации и пропаганды; б/ 1961-69 - меньшее количество анкет, исследование специальных проблем /напр., рекламы/, большое значение психологических факторов как условий восприятия. Чтение печати рассматривается как форма участия в культуре. Восприятие - функция интересов и потребностей. Различия в исследованиях печати, радио и телевидения среди жителей деревни; в/ 70-ые г.г. - расширение проблематики исследований, установка на анализ восприятия печати, радио и телевидения в связи с разными сферами жизни и деятельности респондентов, более динамичный подход. Необходима большая ориентация на теорию в исследованиях. До сих пор исследования отличаются теоретическим эклектизмом; подверженность влиянию разных направлений и школ может оказаться и полезной для такой теоретической ориентации исследований в Польше.

Многократная разработка; популяризация взглядов автора на проведенные ранее исследования.

543

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - role - personality - socialization

(date; abstract's author)

Z. Raikov, Sept. 1975

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-86
31-008 Kraków
Poland

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

КУНЧЕВ Влъчко : Масови комуникации и социализация на личността

KUNCHEV Vlachko : The Mass Media and the Activity of Individual in Social Work

Социологически проблеми,1975 no 2 pp. 82-88

The specific role and methods of operation of the mass media in the process of socialization of the individual.

Theoretical essay.

What should be taken for, the starting point for evaluation of the capabilities of the mass media in the socialization of the individual, is their characteristics as a system. The mass media are one of the mental spheres of the full shaping and development of the individual. It is of great significance that the knowledge disseminated be authentic and reflecting the reality with documentary faithfulness. It should also create favourable conditions for the unity of both informational channels. The mass media /especially television/ awake the feeling of a subjective reflection on the objectively existing reality which is connected with cognition. The requirements for the political topicality, up-to-dateness and social character become very important. A significant feature characterizing the mass media as an important factor of stimulating the individual to activity is the lack of obligatory and compulsory methods of exerting influence and the individual's possibility of choice. Thanks to the universality, promptness, creative capabilities the mass media combine the processes of production and dissemination of the intelectual values. The shaping of the individual takes place in the process of active cooperation between the mass media and the individual. It is not only a condition for the influence of the mass media but also a direct source of development of the individual. The mass media system has various abilities of individualization of the individual, making use of specialized information, they satisfy the demands of individuals and ensure the development of their personality.

The first elaboration of the problem in Bulgarian literature.

543

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - роль - личность - социализация

(Дата; автор абстракта)

9/1975, З. Райков

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-006 Краков, тел.: 276-66
Польша

КУНЧЕВ Влъчко : Масови комуникации и социализация на личността

Средства массовой информации и пропаганды и социализация личности

Социологически проблеми, 1975 № 2 стр. 82-88

Специфическая роль и механизм действия средств массовой информации и пропаганды в процессе социализации личности.

Теоретический доклад.

Исходным пунктом определения социализирующих возможностей средств массовой информации и пропаганды должна быть их характеристика как системы. Средства массовой информации и пропаганды являются одной из духовных сфер целостного формирования и развития личности. Существенное значение имеет передача знаний аутентического и документального воспроизведения действительности, создающих условия достижения единства обоих социализирующих информационных потоков - непосредственного и опосредственного. Средства массовой информации и пропаганды/прежде всего телевидение/создают ощущение связанного с сознанием субъективного отражения объективной действительности. Большое значение приобретают требования политической актуальности, современности и социальности. Существенная черта, определяющая средства массовой информации и пропаганды в роли важных факторов социализации личности - это отсутствие в средствах массовой передачи обязательного принудительного характера действия, и свободный выбор индивида. Благодаря своей всеобъемлюсти, быстроте, творческим возможностям, средства массовой информации и пропаганды объединяют в одном создание и распространение духовных ценностей. Формирование личности совершается при активном взаимодействии средств массовой информации и пропаганды и личности. Это не только условие воздействия средств, но и непосредственный источник развития личности. Средства массовой информации и пропаганды как система располагают богатыми возможностями индивидуализации личности; используя специализирование информации, вполне удовлетворяют потребности отдельного человека и развитии его индивидуальности.

В болгарской литературе первая разработка вопроса.

551

Slovakian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - radio program - reception - preferences - receivers - use - summer

(date; abstract's author)

K. Denešova, Sept. 1975

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-08
31-008 Kraków
Poland

BAKOŠ Oliver : Počuvanosť rozhlasového programu v letnom obdobi. Žáverečná správa
The Reception of Radio Program in Summer. "The Latest News"

Československy rozhlas. Metodicko-vyskumny kabinet, Bratislava 1975 29 pp.

The reception and evaluation of the Bratislava Czechoslovakian Radio programs; the opinions of listeners on the radio program and the reception of the program by the different types of receivers; the comparison of reception of radio programs in summer and at other period.

Interview; the research covered the inhabitants of Slovakia over 15 years old.

The research showed that there is no substantial difference in the reception of radio programs in summer in comparison with other period of time. As far as the type of radio receivers is concerned the most popular are the transistor radio-sets with or without UHF. The time also has no substantial effect on the preferences of types of programs. Entertainment, sports, and reportage programs are very popular. Some of the educational, publicistic and propaganda programs are less popular in summer. The research revealed a number of new facts concerning the demands of radio listeners on the radio programs in summer. The structure of the program should be changed /more weather broadcasts, programs about holiday-making and cultural entertainment/.

551

словацкий

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - радиопрограмма - восприятие - предпочтения - приёмники - использование - лето

(Дата; автор абстракта)

9/1975, К. Денешова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

**▪ЦЕКОМ▪** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

BAKOŠ Oliver : Počúvanosť rozhlasového programu v letnom obdobi. Žáverečna správa

Восприятие радиопрограммы летом. "Последние известия"

Československy rozhlas. Metodicko-vyskumny kabinet, Bratislava 1975 стр. 29

Восприятие и оценка радиопередач чешскословацкого радио в Братиславе; мнения слушателей по отношению к радиопрограмме и восприятие радиопрограмм приемниками разного типа; сопоставление восприятия радиопередач летом с их восприятием в других временах года.

Интервью с применением открытых и закрытых вопросов; исследования проводились на группе обитателей Словакии в возрасте за 15 лет.

Исследования показали, что нет существенного различия в восприятии радиопередач летом, в сопоставлении с другими временами года. Что касается типов приемников, слушатели в основном пользуются транзисторными приемниками с ультракороткими волнами и без них. Также отрезок времени не имеет основного значения в предпочтении определенных типов програми. Большой популярностью пользуются развлекательные и спортивные программы. Реже летом воспринимаются некоторые просветительские, публицистические и пропагандистские передачи. Исследования представили многие требования радиослушателей по отношению к передачам, транслирующимся летом. Предлагается изменить структуру радиопередач, транслирующихся летом /больше информации о погоде, передач на тему культурных предприятии и того, как проводить отпуск.

554

Slovakian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

television - television report - composition - picture - text - technique

(date; abstract's author)

J. Olejar, Sept. 1975

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-88
31-008 Kraków
Poland

**●CECOM●** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

PETRO František : O teorii a praxi televizneho spravodajstva. Žurnalistika pred a za kamerou

On the Theory and Practice of Television Reporting. Journalism in Front of and Behind the Cinecamera

Slovenská televizia.Vyskumný kabinet televizneho programu, Bratislava 1975 153 pp.; Russian and German summaries. Teoria televiznej tvorby, vol. 21

Reporting in television.

Theoretical and practical remarks based on the author's practical experience.

Television announcer in report; interview in report, time as an important element in television reporting; the composition of the report; picture, mutual relation between the picture and the text. The scenario of the report; the utilisation of the television technique in reporting /direct transmission, recording, film/. Elements of politics in television reporting. The illustrated part comprises practical instructions concerning the shooting with a cinecamera.

554

словацкий

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

телевидение - телевизионный отчет - композиция - изображение - слово - техника

(Дата; автор абстракта)

9/1975, Я. Олеяр

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ ЦЕКОМ ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

PETRO František : O teorii a praxi televizneho spravodajstva. Žurnalistika pred a za kamerou

О теории и практике телевизионной отчетности. Журналистика перед и за камерой

Slovenská televizia. Vyskumný kabinet televizneho programu, Bratislava 1975 стр. 153; резюме на русском и английском языках

Телевизионное отчетное творчество.

Теоретические и практические замечания полученные на основании долгосрочной практики автора.

Телевизионный диктор в отчете; интервью в отчете, время как важный фактор телевизионного отчетного творчества; композиция отчета; изображение, взаимоотношения между изображением и словом. Сценарий отчета; использование телевизионной техники в отчете /непосредственная трансляция, звуковая запись, фильм/. Факторы повышающие политическую активность. В иллюстрационной части содержатся практические попытки работы с камерой.

568

Czech

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - role - youth - education - theory

(date; abstract's author)

J. Prucha, Sept. 1975

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 270-80
31-008 Kraków
Poland

●CECOM● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ČMOLÍK Otto : Mladá generace a společnost
Thq Young Generation and Society

Sešity novináře, 8:1974 no 3 pp. 5-36

Non-Marxist concepts of youth and its instruction by mass media.

Theoretical deliberations.

The paper is devoted to the criticism of the non-Marxist theories of youth and the education of youth by the mass media. The theories of Marcuse, Geraudy et al. are presented by revisionist and anti-socialist powers using many forms of bourgeois propaganda. Anti-communist powers in West make an effort to develop distrust and unfriendly feelings towards socialism and communism among the young generation. Capitalist system is not able to solve the problem of young people and only Marxism-Leninism is a correct theory which can be applied in education of young people. In the concluding part of the paper the author discusses tasks of mass communication media in the education of young generation in accordance with ideology of socialism.

568

чешский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - роль - молодежь - воспитание - теория

(Дата; автор абстракта)

9/1975, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

**▪ ЦЕКОМ ▪** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ČMOLIK Otto : Mladé generace a společnost

Молодежь и общество

Sešity novinaře, 8:1974 № 3 стр. 5-36

Немарксистские теории на тему роли средств массовой информации и пропаганды в воспитании молодежи.

Теоретические рассуждения.

Критический обзор немарксистских теорий по отношению к роли средств массовой информации и пропаганды в воспитании молодежи. Эти теории /Marcuse,Garaudy и др./ представителями которых были ревизионисты и антисоциалисты пользуются методами применяемыми в буржуазной пропаганде. Антикоммунистические силы на Западе стремятся к распространению лжи среди молодежи, к возбуждению недружелюбных чувств к социализму и коммунизму. Капиталистическая система не в состоянии решать проблемы молодежи; только марксизм-ленинизм - это хорошая теория, которая может быть использована в воспитании молодежи. В заключении автор представляет задачи средств массовой информации и пропаганды в воспитании молодежи в духе идеологии социализма.

570

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

culture - participation - cultural advancement - workers - language - semantic field

(date; abstract's author)

H. Siwek, Jul. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 270-60
31-008 Kraków
Poland

●CECOM● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

BOKSZAŃSKI Zbigniew : Awans kulturalny a recepcja "Niemców" Leona Kruczkowskiego w środowisku robotniczym

Social Advance and the Reception of Leon Kruczkowski's "Niemcy" /"The Germans"/ Among the Working Class

Przekazy i Opinie, 1975 no 2 pp. 32-44; English and Russian summaries

The role of linguistic variables in participation in culture; linguistic dispositions essential for the reception of a given program. The differences between the culturally advancing working class and those of its members who are culturally stable as manifested in the structure of semantic fields associated with certain characters from Kruczkowski's play selected for the study.

Open interview on the subject of the play; 20 participants were induced to read Kruczkowski's play, and a content analysis was made of their replies, with particular emphasis laid on the analysis of the "adjectival semantic field" of four of the play's characters.

The culturally advancing workers' replies on four of the characters were marked by a larger number of "dimensions" of the semantic fields; whereas for the culturally stable these did not exceed the level of directly obvious events and images. The greater complexity of the semantic fields noted for the culturally advancing indicated the important role of linguistic variables in the practical participation in culture.

One of the first attempts in Polish literature to conduct a semantic and sociological analysis.

570

польский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

культура - участвование - культурный подъем - рабочие - язык - семантическое поле

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

**BOKSZAŃSKI Zbigniew** : Awans kulturalny a recepcja "Niemców" Leona Kruczkowskiego w środowisku robotniczym

Культурный рост и прием "Немцев" Леона Кручковского в рабочей среде

Przekazy i Opinie, 1975 № 2 стр. 32-44; резюме на русском и английском языках

Роль языковых перечисленных в реализации участия в культуре; языковые факторы необходимые для восприятия избранной передачи. Различия между "продвинутыми" и "стабильными" в области культуры рабочими, выступающие в структуре семантических полей, связанные с действующими лицами драмы Кручковского, избранными для анализа.

Интервью на тему драмы; интервьюеры заставляют 20 респондентов прочитать книгу Кручковского; анализ содержания высказываний /особенно учитывая анализ "семантического поля прилагательных" четырех действующих лиц драмы/.

Большое количество "измерений" семантических полей рабочими с продвинутым культурным уровнем при характеристике четырех действующих лиц драмы; прием содержания драмы рабочими с стабильным уровнем культуры не выходит за рамки непосредственно воспринимаемых событий и картин. Большая сложность семантических полей воспринимаемая рабочими с продвинутым культурным уровнем указывает на важную роль языковых перечисленных в реализации участвования в культуре.

Одна из первых попыток семантического и социологического анализа.

(Дата; автор абстракта)

7/1976, Х. Сивек

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-006 Краков, тел.: 276-66
Польша

571

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - role - fine arts - popularisation

(date; abstract's author)

H. Siwek, Jul. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 270-00**
**31-008 Kraków**
**Poland**

DOBRZYŃSKI Kazimierz : Formotwórcze i stylotwórcze inspiracje radia w świecie sztuk pięknych

Radio, the Inspirer of Form and Style in the Fine Arts

Przekazy i Opinie, 1975 no 2 pp. 53-64; English and Russian summaries

The operation of radio in the field of the fine arts. Its popularising role and its role as inspirer and patron. Inspiration responsible not only for the creation of new works, but also of new form and new style.

Publicistic paper.

Radio as a medium of transmission for the arts has a significant influence on the form and style of works of art. An example from music is the miniaturisation of works and its arrangement for small bands, and the great care taken over the tonal quality of works. Radio as the creator of the popularity of light music. The appearance of new musical forms /eg. the radio opera/. The influence of radio on the theatre and literature, and the acting profession /emphasis on the oral faculties/. The appearance of new literary conventions under the influence of radio /eg. the radio story, the literary report, the radio show with a spoken text and lyrics/. The inspiration of radio in the fine arts as regards the "happening" and aleatory music.

571

**польский**

*(язык публикации)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - роль - изящные искусства - распространение

*(Дата; автор абстракта)*

7/1976, Х. Сивек

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

DOBRZYŃSKI Kazimierz : Formotwórcze i stylotwórcze inspiracje radia w świecie sztuk pięknych

Формо- и стилетворческая инспирация радио в мире искусства

Przekazy i Opinie, 1975 № 2 стр. 53-64; резюме на русском и английском языках

Действование радио в мире изящных искусств. Популяризаторская и вдохновительская роль. Формо- и стилетворческая инспирация радио.

Публицистическая статья.

Существование радио как средства передачи произведений искусства существенно влияет на форму и стиль этих произведений. В музыке примером служит миниатюризация произведений и камерализация исполнительного аппарата, большая забота о звуковом качестве музыкального произведения. Радио - создатель популярности эстрадно-развлекательной вокалистики. Появление новых музыкальных форм / нп.:радиооперы/. Появление под влиянием радио новых литературных конвенций /радиорассказ, литературный репортаж, словно-музыкальная передача/. Инспирация радио в области изящных искусств, когда речь идет о "хаппенинге" и о алеаторической музыке.

575

Hungarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

television - role - village - opinions

GUNDA Bela : A televizió a magyar folklórban

Television in Hungarian Folklore

Rádió és Televizió Szemle, 1975 no 4 pp. 51-56

Television as seen by the villagers.

Analysis of ethnographic works based on ethnographic research on the villagers' notion of television.

The electrification had a very important role in the forming of life in the country /electric light, machines, radio etc./; the appearance of television marked an important stage in the proces of transformation. Its role in the transformation of the community and its opinions; the supersession of some customs. The older generation expects of television such programs that would comply with the elements of traditional outlook on life.

(date; abstract's author)

J. Lukáts, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 270-60
31-008 Kraków
Poland

575

венгерский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

телевидение - роль - деревня - мнения

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Люкач

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-00
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

GUNDA Bela : A televizió a magyar folklórban

Телевидение в венгерском фольклоре

Rádió és Televizió Szemle, 1975 № 4 стр. 51-56

Телевидение глазами жителей деревни.

Анализ этнографических работ основанных на исследованиях представлений жителей деревни о телевидении.

В формировании жизни в деревне очень важную роль выполняет электрификация /свет, машины, радио и т.п./; важным этапом процесса преобразований было появление телевидения. Роль телевидения в преобразовании сообщности и ее мнений; отмирание некоторых обычаев. Пожилое поколение крестьян ожидает такой телепрограммы, в которой будут учитываться элементы традиционного взгляда на жизнь.

578

Slovakian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - radio program - Slovakia - 1956-1964

(date; abstract's author)

K. Denešova et al.,Sept.1975

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

BLAŽEJ Ján : Rozhlas na Slovensku v obďobi nástupu televizie
Slovakian Radio in the Period of Appearance of Television

Československy rozhlas. Metodicko-výskumný kabinet, Bratislava 1975 87 pp.

Slovakian radio in 1956-64.

A comparative study of the program changes in Czechoslovakian Radio in Bratislava as compared with the television program.

1956 was the jubilee year of Slovakian Radio which celebrated its 30th anniversary and at the same time the first year of television transmissions /since 1964 the television program is transmitted everyday/. The work presents the Slovakian Radio in the period of search for a new specific profile of radio, it shows how quickly it succumbed and submitted to the requirements of television. The author confronts his remarks with the experiences of the Czech, Czechoslovakian and foreign radio against the background of the political, economic, cultural, and technical conditions in Slovakia.

578

словацкий

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - радиопрограмма -
Словакия - 1956-1964

(Дата; автор абстракта)

9/1975, К. Денешова и кол.

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-08
Польша

■ ЦЕКОМ ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

BLAŽEJ Ján : Rozhlas na Slovensku v obdobi nástupu televizie

Словацкое радиовещание в период основания телевидения

Československy rozhlas. Metodicko-výskumný kabinet, Bratislava 1975 стр. 87

Словацкое радиовещание в 1956-64 г.г.

Сравнительная студия перемен присходящих в радиопрограмме Чехословацкого радиовещания в Братиславе в сопоставлении с телепрограммой и ее особенностями.

1956 год это юбилейный год 30-летия радиовещания в Словакии, и одновременно первый год трансляций телепрограммы /с 1964 г. телепрограммы транслируются ежедневно/. Работа представляет положение, в котором находилось словацкое радиовещание в период поисков новой особенной формы, показывает как быстро радио подчинилось требованиям телевидения. Автор сопоставляет свои замечания с опытами чешского, чехословацкого, и зарубежного радиовещания на фоне особенных политических, экономических, культурных и технических отношений в Словакии.

590

Russian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - international communication - non-aligned countries

(date; abstract's author)

M. Banach, Sept. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-86
31-008 Kraków
Poland

МАРЬЯНОВИЧ Стеван : Массовое информирование между неприсоединившимися странами

MARJANOVIĆ Stevan : Mass Information Among the Non-Aligned Countries

Международная Политика, Белград 1976 по 623 pp. 21-24

The role of the mass media and the policy of the non-aligned countries; Yugoslavian initiatives in this field.

A commentary on the symposium "Mass information among the non-aligned countries" organized in Belgrade.

The role of the mass media has been discussed already at the conference of non-aligned countries in Algiers. One of the resolutions adopted at the conference of ministers of foreign affairs in 1975 in Lima /resolution VI/ concerns the issues of distribution of information in the Third World countries. Many of the initiatives in this scope belonged to Yugoslavia. One of them was the establishment of a Union of agencies of non-aligned countries /at present it assembles 30 countries/ with the aim of liberating these countries from the Western monopoly in the field of information. Other initiatives include the organization of seminars and trainings for African journalists and scientific conferences. Recently a symposium on the "Mass information among the non-aligned countries" has been organised. The issues discussed: A. role of information in the process of decolonization /the aim was to determine the degree of independence of the national mass media from the media of the Western countries - the hitherto monopolists in this field/, B. the role of information between the non-aligned countries - to strengther their economic and social independence, C. the role of mass information in the development of mutual relations in cultural fields. Specialists - scientific workers and also journalists-practitioners expressed their opinions on these subject. Much attention has been devoted to the problem of education of staff and to the mass information research.

590

русский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - межличная коммуникация - неприсоединившиеся страны

(Дата; автор абстракта)

9/1976, М. Банах

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

МАРЬЯНОВИЧ Стеван : Массовое информирование между неприсоединившимися странами

Международная Политика, 1976 № 623 стр. 21-24

Роль средств массовой информации и политика неприсоединившихся стран; инициатива Югославии в этой области.

Комментарий по поводу симпозиума "Массовое информирование между неприсоединившимися странами" организованного в Белграде.

Роль средств массовой информации уже обсуждалась на конференции неприсоединившихся стран в Алжире. В августе 1975 г. на конференции министров внешних сношений одна из принятых резолюций /VI резолюция/ обсуждает вопрос распространения информаций в государствах ти. "Третьего Мира". Многие инициативы в этой области были приняты Югославией. Одной из них было основание союза агентств неприсоединившихся стран /в настоящее время этот союз объединяет 30 стран/ в мысль освобождения этих стран от западной монополии в области информации. Другие инициативы это организация семинариев, курсов и научных конференций для африканских журналистов. В последнее время организовался симпозиум на тему "Массовое информирование между неприсоединившимися странами". Обсуждались следующие вопросы:
А. роль информации в процессе деколлонизации /целью было достижение самостоятельности собственных средств массовой информации и пропаганды и их независимость от медиумов западных стран, монополистов в этой области/; Б. роль информирования между неприсоединившимися государствами для упрочнения экономической и общественной независимости этих стран; В. роль массовой информации в развитии взаимоотношений в области культуры. На эту тему выссказывались специалисты - научные работники, и также журналисты-практики. Большое внимание уделялось вопросу воспитания журналистских кадров и исследования массовой информации.

599

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

plant press - model - functions - Poland

(date; abstract's author)

A. Swida, Nov. 1975

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

TURLIK-MARECKA Teresa, SOBCZAK Jerzy Bogdan : Rola i funkcja prasy zakładowej w Polsce

The Role and Function of the Plant Press in Poland

Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW "Prasa-Książka-Ruch", Kraków 1975 93 pp. Materiały, vol. 28

The plant press as an element of communication in an industrial plant, its role in the system of information and formation of opinions and attitudes of its readers.

Sociological survey of 143 editorial staffs; content analysis of 10 specially selected publications appearing in 1973.

The absence of a stabilised, standard model for the plant newspaper is a result of a lack of understanding of its role in the structure of the company and of interest on the part of management. Disharmony between the editors' ideas and opinions and the reality of the industrial life leads to a generalised and incomplete image of the company and to a concentration of attention on current matters. The integrating function of the plant press is disturbed by lack of the following features: 1. the modern educational model, 2. psychological preparation of the readers for changes in improving social conditions, 3. explanation of basic economic processes in the company. The level and nature of the plant newspaper is influenced, to a considerable degree, by the organisational, technical and economic situation of the editors and also by their unsatisfactory status. Thus the spontaneous way in which many plant newspapers are created should be limited and the authentic needs of the company and favourable technical conditions should be decisive here; the staff and workshop conditions should be transformed in already existing plant publications.

The subject has been treated previously; an empirical comparison of the theoretical and practical models of the plant press.

599

польский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать предприятий - модель - функции - Польша

(Дата; автор абстракта)

11/1975, А. Сьвида

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

TURLIK-MARECKA Teresa, SOBCZAK Jerzy Bogdan : Rola i funkcja prasy zakładowej w Polsce

Роль и функции печати предприятий в Польше

Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW "Prasa-Książka-Ruch", Kraków 1975 стр. 93 Материалы вып. 28

Печать предприятий как элемент коммуникации в промышленном предприятии; роль этой печати в системе информации и формирования социального облика читателей.

Социологический зондаж проведенный в 143 редакциях; анализ содержания 10 целеустремленно избранных журналов за 1973 г.

Отсутствие определенной модели газеты предприятий это результат непонимания роли газеты во всей организации предприятия; это также результат неудовлетворяющего со стороны дирекции интереса к газете. Несоответствие между требованиями /мнениями редакторов/ и действительностью ведет к представлению неопределенной и неполной картины предприятия, и также к сосредоточенности прежде всего на текущих делах. Объединительная функция этих газет нарушается из-за отсутствия: 1. современного воспитательного идеала; 2. психической подготовки читателей к изменениям, улучшающим социальную действительность; 3. выяснения основных экономических процессов, происходящих в данном предприятии. На уровень и характер печати предприятий существенно влияют организационная, техническая и экономическая структуры, и также неблагоприятное положение редакторов газеты предприятий. Поэтому следует ограничить стихийность создавания новых газет /об этом должны решать действительные потребности предприятия, и условия содействующие техническому выполнению этих газет/ и также изменить кадровую ситуацию в уже существующих газетах.

Многократная разработка; эмпирическое сравнение принятой и реализованной модели газет предприятий.

625

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - press of the workers' movement - history - literary criticism - Poland - 1929-1939

(date; abstract's author)

A. Zagrodnik, Jan. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

**●CECOM●** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

**STĘPIEŃ Marian** : Ze stanowiska lewicy. Studium jednego z nurtów polskiej krytyki literackiej lat 1929-1939

From the Left Wing Point of View. A Study of the Trend in Polish Literary Criticism. 1929-1939

Wydawnictwo Literackie, Kraków 1974 440 pp. unpag. 4

The history of, and subjects discussed by Polish left-wing literary criticism in the inter-war period.

Essay based on the literature of the subject; analysis of selected articles.

Three trends may be distinguished in the left-wing literary criticism of the inter-war period: A. the Communist inspired trend; B. the trend resulting from left-wing of Polish Socialist Party ideas; C. the orientation of a rather loosely defined democratic Left - of a group of critics who accepted some points from the Socialist program. The activities of literary critics in that period were determined largely by the recently regained independence and the revolutionary struggle of the proletariat which was at that time entering upon a qualitatively new post - October Revolution phase. The subject tackled by inter-war criticism have been presented by dividing the period into four sections: 1. 1919-1925 /predominance of poetry/; 2. 1926-1931 /interest shifts to prose; rejection of fiction and plot; the cult of the documentary, facts and the stress on the reportage forms; discussion on reportage as a journalistic genre/; 3. 1932-1936 /return to traditional literary forms and plots/; 4. 1937-1939 /the question of realism in literature and the search for a formula of realism based on the Socialist Realism program/. A description of the contents of selected publications associated with left-wing movement: "Kultura Robotnicza", "Nowa Kultura", "Dźwignia", "Miesięcznik Literacki", "Lewar", "Lewy Tor", and "Robotnik". Two basic tendencies manifested themselves throughout the whole of the interwar period: 1. the expansion of the range of influence of left-wing literary criticism and the growth of its readership; 2. the search for attitudes of approval of avant-garde programs in poetry and new artistic trends. In the thirties a much more permanent alliance was achieved between the left-wing literary program and avant-garde poets than the early twenties had ever managed to attain.

Originality of the work due to the monographic presentation of the subject.

625

ПОЛЬСКИЙ

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - печать рабочего движения - история - литературная критика - Польша - 1929-1939

(Дата; автор абстракта)

1/1976, А.Загродник

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-06
Польша

STĘPIEN Marian : Ze stanowiska lewicy. Studium jednego z nurtów polskiej krytyki literackiej lat 1929-1939

С точки зрения левых. Исследование по одному из течений польской литературной критики 1929-1939

Wydawnictwo Literackie, Kraków 1974 стр. 440

История и проблематика польской левой литературной критики в период междувоенного двадцатилетия.

В левой критической литературной мысли 20-летия различаются три направления: А. инспированное коммунистическим движением; Б. вытекающее из позиций левых ППС; В.направление широко понимаемой левой демократии - группы критиков, принимающих элементы социалистической программы. В это время критически-литературная деятельность определялась достижением независимости и революционной борьбой пролетариата, входящей в качественно новую фазу после Октябрьской революции. Вопросы обсуждаемые литературной критикой представляются путем распределения двадцатилетия на четыре основных периода: 1. 1919-1925 гг. /самое главное место тогда занимает поэзия/; 2. 1926-1931 гг. /интерес критики продвигается к прозе, отбрасывается фикция и фабула, культ документа, факта, подлинника, самое большое внимание уделяется репортажу; дискуссии по поводу репортажа как журналистского жанра/; 3.1932-1936гг /возвращение к традиционным литературным жанрам и к художественной функции/; 4. 1937-1939 гг. /проблема реализма в литературе, поиски определения реализма на основании программы социалистического реализма/. Характеристика содержания избранных журналов связанных с левым течением; "Kultura Robotnicza", "Nowa Kultura", "Dźwignia", "Miesięcznik Literacki", "Lewar", "Lewy Tor", Robotnik".В течение всего междувоенного периода реализовались две основные тенденции: 1. повышение пределов воздействия левой литературной критики, возрастающее число ее реципиентов; 2. поиски одобряющего отношения к программе поэтической авангарды и к новым художественным концепциям. В тридцатые годы, прочнее, чем в начале 20-ых лет укрепился союз левой литературной программы и поэтической авангарды.

628

Hungarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

leisure time - mass media - use

(date; abstract's author)

J. Tölgyesi, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Glowny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

•**CECOM**• *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

LOVAS Anna : Szabadido és tömegkommunikáció
The Leisure Time and the Mass Communication

Módszertan /Budapest/, 1974 no 2

Leisure time - changes in the ways of spending it; the participation of the mass media.

An analysis of research conducted by Magyar Rádió és Televizió Tömegkommunikációs Kutatóközpont /Mass Communication Research Centre/ during the past 10 years.

A research conducted in 1963 showed that the average time the televiewers spend watching TV during a week was 13 hours. Watching TV is seldom substituted by reading books and periodicals. During the transmission of the TV programs the number of radio listeners decreases. With the appearance of television the time devoted to learning increased and the role of this medium was seen in this fact. A research conducted in 1963 among the rural dwellers confirmed the assumption that for some social strata television is just a means of seeking after knowledge. Its influence on the time spent together in a family was also favourable. However it diverted the people from village ventures and ceremonies. The research conducted in 1965 showed that the fact whether a man changes into a stay-at-home does not depend on television. According to the research conducted in 1965 by UNESCO there is no direct relation between the amount of free time and the amount of time devoted to mass media usage. The paper brings also a number of other conclusions concerning the dynamism of the reception of radio and television, it determines its place in the structure of free time, it evaluates the methods of spending free time by the young and their habits in mass media reception. A bibliography annexed to the paper comprises a full list of Hungarian research projects on the time balance.

628

венгерский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

свободное время - средства массовой информации и пропаганды - использование

(Дата, автор абстракта)

5/1976, Я. Товльдзешк

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 376-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

LOVAS Anna : Szabadido és tömegkommunikáció

Досуг и массовая коммуникация

Módszertan/Budapest/, 1974 № 2

Свободное время - изменения в его использовании, участие средств массовой информации и пропаганды.

Анализ результатов исследований, проведенных венгерским Центром исследования средств массовой информации и пропаганды в течение последних 10 лет.

Исследования, проведенные в 1963 году установили, что телезрители проводили в течение недели у телевизора 13 часов. Просмотр телевизионных программ меньше всего влияет на уменьшение количества читателей книг и журналов. Во время телевизионных передач уменьшается число радиослушателей. Роль телевидения когда-то понималась в том смысле, что с его появлением возрастет время, посвященное приобретению знаний. Исследования, проведенные в 1963 г. среди жителей деревень, подтвердили, что телевидение для некоторых слоев составляет единственный источник получения знаний. Положительное влияние оказывало оно также на количество совместного времени, проведенного с семьей. В то же время оно оттягивало людей от городских мероприятий. Исследования 1965 года показали, что телевидение не увеличивает однако количества домоседов. Результаты исследований, проведенных в 1965 г. ЮНЕСКО, подтвердили, что количество свободного времени не имеет связи с количеством времени, посвященным средствам массовой информации. Работа приводит некоторые обобщения на тему динамики просмотра телевидения и слушания радио, исследует их место в структуре свободного времени, оценивает использование свободного времени молодежью и ее привычки в процессе общения со средствами массовой информации. Помещенная в конце библиография содержит полный список венгерских исследований по проблеме свободного времени.

629

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

propaganda - impact - effectiveness - propaganda campaign

(date, abstract's author)

Z. Raikov, Feb. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 276-68**
**31-008 Kraków**
**Poland**

**●CECOM●** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

СЕМОВ Минчо : Пропагандата в системата на обществения живот

SEMOV Mincho : Propaganda in the System of Social Life

Наука и изкуство, София 1975 325 pp.

The role of propaganda in the system of social life.

A monography.

The propaganda has originated from a social need; it is a factor of social effectiveness of the activity of man. It strenghtens, supports the functioning and development of methods of production and of life. The needs and interests, the structure and social situation, communist ideology and propaganda. The means of propaganda influence. There are three spheres of propaganda influence having a pragmatic value. The optimal variant - the people who are in contact with the central, regional and local media and who participate in the organized manifestations of local activity of these media; the unsatisfactory level - people who do not have anything in common with any of the central, regional, or local mass media and do not participate in the organized local activities of these media. The audience of propaganda; problems connected with the scientific presentation and with the study of this audience. The efficiency of propaganda from the point of view of sociology. The organisation of a propaganda campaign. The conditions for a successful propaganda activity from the point of view of sociology.

An original work due to a synthetic approach to the problem.

629

Болгарский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

пропаганда - воздействие - эффективность - пропагандистская кампания

(Дата; автор абстракта)

2/1976, З. Райков

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

СЕМОВ Минчо : Пропагандата в системата на обществения живот

Пропаганда в системе общественной жизни

Наука и изкуство, София 1975 стр. 325

Роль пропаганды в системе общественной жизни.

Монография.

Пропаганда порождена социальной потребностью; она - фактор социальной эффективности человеческой деятельности; она ориентируется на укрепление, поддерживание функционирования и развития способа производства в жизни. Потребности и интересы, социальная структура и ситуация, коммунистическая идеология и пропаганда. Средства пропагандистского воздействия. Существуют три зоны влияния пропаганды, имеющие прагматическое значение: оптимальный вариант - люди, которые находятся в контакте с центральными, окружными и местными средствами и участвуют в организованных проявлениях местной деятельности этих средств; хороший уровень - люди, которые связаны с каким-нибудь из центральных, окружных или местных средств пропаганды, и участвуют в организованных проявлениях местной деятельности этих средств; неудевлетворительный уровень - люди, которые не находятся в связи ни с одним из центральных, окружных или местных средств пропаганды, и не участвуют в организованных проявлениях местной деятельности этих средств. Аудитория пропаганды: вопрос о ее целестном научном представлении и изучении аудитории. Эффективность пропаганды - с точки зрения социологии. Организация пропагандистской кампании. Условия успеха пропаганды - социологический подход.

Оригинальная разработка в результате синтетического рассмотрения проблемы.

631

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

leisure time - television - utilisation

РАЙКОВ Здравко : Телевизията и свободното време

RAIKOV Zdravko : Television and the Leisure Time

Труд, 1975 no 233

Some of the questions of mutual relationship between television and leisure time.

An essay based on the results of the author's research.

Life without television is today unimaginable. The socialist society is interested in the distribution by means of television of the works of genuine culture and of the science and information what eventually contributes to a harmonious education of man. But television takes up too much time thus competing with all other activities. The televiewers are different. Some of them watch television program relatively seldom, others would not miss a single television program. For the leisure time to change into a "an opportunity to develop the abilities" much more care should be given to the complicated and active attitude of man /the link between the work and science, the direction of self-education, non-professional creativity, sports/. Television has at its disposal a great ability of inspiration in relation to children, it has a dominating role in the structure of the free time of children. Therefore a critical relation to the chosen television programs should be shaped already in children.

(date; abstract's author)

Z. Raikov, Feb. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

631

болгарский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

свободное время - телевидение - использование

РАЙКОВ Здравко : Телевизията и свободното време
Телевидение и свободное время

Труд, 1975 № 233

Некоторые проблемы взаимоотношений между телевидением и свободным временем.

Доклад использующий результаты исследований проведенных автором.

Сегодняшняя ситуация нереальна вне использования телевидения. Социалистическое общество заинтересовано в том, чтобы при помощи телевидения распространять информацию, произведения подлинной культуры, знания, и в итоге воспитывать гармонически совершенного человека. Но телевидение поглощает слишком много времени, исключая тем самым всякие другие занятия. Телезрители - разные: одни смотрят телепередачи относительно редко, другие не пропускают ни одной телепрограммы. Для того, чтобы свободное время превратилось в "простор для развития способностей", в его составе должен резко возрасти удельный вес сложных и активных деятельностей человека: совмещание труда с учебой, целенаправленное самообразование,непрофессиональное творчество, изобретательство, широкая общественная деятельность, регулярные занятия спортом и т.д. Телевидение обладает огромной притягательной силой по отношению к детям, оно превалирует в структуре свободного времени детей. Итак, следует приучать детей к тому, чтобы у них было более критическое отношение к избираемым программам.

(Дата; автор абстракта)

2/1976, З. Райков

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-06
Польша

643

Rumanian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

audiovisual media - press - cooperation

(date; abstract's author)

B. Kufel, Jan. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: [illegible]
[illegible] Kraków
Poland

**CECOM** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

CRISAN Constantin : Refere pentru o fizionomie a presei scrise radiotelevizuale
The Help for Radio and Television

Presa Noastra, 1973 no 1 pp. 43-45

The role of printed words in audiovisual journalism.

Publicistic article.

The differences between the times of Gutenberg and our times are quite substantial. Nevertheless radio and television value the help of written word. For the radio and television messages to be of an instructive charactér /the school curriculum included/ the help of press is necessary. This help should consist in proper information about the program activities of these media. The properly prepared programs and directories allow to plan the choice of individual radio and television programs. They are of assistance also to those preparing the programs for a specified audience.

643

румынский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

аудиовизуальные средства - печать - соучастие

(Дата; автор абстракта)

1/1976, Б. Куфель

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-06
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

CRISAN Constantin : Refere pentru o fizionomie a presei scrise radio-televizuale
Помощь печати для радио и телевидения

Presa Noastra, 1973 № 1 стр. 43-45

Роль печатного слова в аудиовизуальной журналистике.

Публицистическая статья.

Эпоха Гутенберга существенно отличается от нашего времени, когда существуют новые технически-информационные аудиовизуальные средства. Однако, радио и телевидение очень нуждаются в помощи печатного слова. Чтобы радио- и телепередачи имели обучающий характер /учитывая школьные программы/ необходима помощь печати; эта помощь должна проявляться в соответственной информации о программной деятельности аудиовизуальных средств. Соответственно подготовленные программы - информаторы позволяют планово подбирать отдельные радиопередачи. Они также помогут сочинителям передач в приготовлении программы для соответственной аудитории.

651

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

women's press - family press - Poland - Europe - history - development

(date; abstract's author)

D. Wągiel, Feb. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 270-66**
**31-008 Kraków**
**Poland**

**●CECOM●** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

LEWARTOWSKA Zofia : Prasa kobieca i rodzinna

Women's and Family Newspapers and Magazines

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 no 4 pp. 65-70; English and Russian summaries

A historical sketch and present trends in the development of women's and family newspapers and magazines.

Publicistic article.

Beginnings of the women's press in Europe, the first publication appearing in Germany in the period 1726-27, with the other countries following suit in the second half of the 18th century, and Poland at the turn of the 19th century, with "Tygodnik Polski i Zagraniczny", edited by B. Kiciński, and "Pierwiosnek", "Pielgrzym", and "Bluszcz", all having women editors. The latter publication continued appearing until 1939. Two trends may be traced in the development of the European women's press: 1. an ambitious suffragette and feminist programme, originally the predominant trend in all publications of this kind; 2. entertainment - oriented publications, in which advertising has a pre-eminent position, which developed in Western Europe. "Romantic magazines" emerged as a sub-group intended for a less intellectual readership within the latter category. The women's press in the Socialist countries /including Poland/ is marked by continuation of the traditions of the first trend, a stable number of publications, high circulations, and a growing readership. Independent of commercial constraints, it functions as a factor in education. The economic problems of the Western women's press and its decreasing circulations as linked with the appearance of Socialist publications; attempts to return to the suffragette pattern. The International Association of Women's Press Journalists in Brussels - its aims and activities.

651

ПОЛЬСКИЙ

*(язык подлинника)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

женская печать - семейная печать - Польша - Европа - история - развитие

*(дата; автор абстракта)*

2/1976, Д. Воигель

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-80
Польша

LEWARTOWSKA Zofia : Prasa kobieca i rodzinna

Женская и семейная пресса

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 № 4 стр. 65-70; резюме на русском и английском языках

Исторический очерк и направления развития женской и семейной прессы.

Публицистическая статья.

Начало женской прессы в Европе /первый журнал возник в Германии в 1726-1727гг; в других странах журналы открывались постепенно с половины XVIII в.; в Польше они появились в начале XIX в. /"Tygodnik Polski i Zagraniczny" в издании Б. Кицинского/ потом возникли журналы редактированные женщинами /"Pierwiosnek", "Pielgrzym", "Bluszcz" - этот последний журнал издавался до сентября 1939 г./ Два направления в развитии женской прессы в Европе: 1. вначале преобладающая во всех журналах этого типа смелая программа основанная на принципах эмансипации и феминистических лозунгах; 2. развлекательная пресса /со значительной долей рекламы/ возникшая на западе Европы. В пределах этого направления возникла "пресса сердец" - подгруппа, рассчитанная на читательниц с низким интеллектуальным уровнем. Женская пресса в социалистических странах /в том числе и в Польше/: традиционное продолжение первого направления, постоянное количество журналов, высокие тиражи, повышающееся число читателей/. Женская пресса считается элементом воспитания. Экономические трудности западной женской прессы, понижение тиражей связано с выпуском социалистических журналов; попытка вернуться к публицистически-освободительной модели прессы. Международная ассоциация журналистов женской прессы в Брюсселе - цели и деятельность.

652

Hungarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS**

television - impact - leisure time

(date; abstract's author)

J. Lukáts, June 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 276-88**
**31-008 Kraków**
**Poland**

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

SANDOR György : Az életmód és a televizió
The Style of Life and Television

Rádió és Televizió Szemle, 1975 no 4 pp. 5-12

The leisure time and television.

The comparison of the results of research conducted in the Federal Republic of Germany on the ways of spending free time /discussed in the February 1975 issue of "Der Spiegel", /with the results of research conducted in 1975 at Tömegkommunikációs Kutatóközpont in Budapest.

The similar proportions of radio-sets per 100 households in FRG /93/ and in Hungary /75/, almost the same days and times of day used for most popular programs. As far as the content is concerned there are numerous differences. According to the results of the research conducted in FRG the television can change in one generation the style of life and bring closer the different classes of society. The conclusion of the Hungarian research: television helps in promoting the social and economic changes, in making people aware of these changes; television creates the possibility for a permanent contact between the society and an individual.

652

венгерский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

телевидение - воздействие - досуг

(Дата; автор абстракта)

6/1976, Я. Люкач

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-68
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

SANDOR György : Az életmód és a televizió

Образ жизни и телевидение

Rádió és Televizió, 1975 № 4 стр. 5-12

Досуг и телевидение.

Сопоставление результатов исследований, проведенных в ФРГ на тему образов проводить свободное время /обсужденных в журнале "Spiegel" за февраль 1975г./ с результатами исследований за 1975 г., проведенных в Tömegkommunikacios Kutatoközpont в Будапеште.

Близкое по количеству число приемников в домашнем хозяйстве в ФРГ /93 из 100 семьей/ и в Венгрии /75 из 100 семьей/, такие же дни, и такое же время дня, когда телепрограммы смотрит самое большое число зрителей. По отношению к содержанию замечаются большие разхождения. По исследованиям проведенным в ФРГ телевидение в одном поколении изменяет образ жизни, и также приближает друг к другу разные общественные группы. Вывод вытекающий из венгерских исследований: телевидение способствует популяризации образа жизни, возникающего при помощи общественно-экономических изменений, при осознании этих изменений; телевидение создает постоянную связь между обществом и личностью.

661

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

journalist's profession - television journalist - viewers - opinions

(date; abstract's author)

S. Nowicki, Apr. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 278-68**
**31-008 Kraków**
**Poland**

**• CECOM •** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

WIERZBICKA Ewa : Społeczna rola dziennikarzy telewizyjnych w opinii telewidzów

The Social Role of the Television Journalists in the Opinion of the Televiewers

Aktualności Radiowo-Telewizyjne, 18/19:1976 no 2 pp. 5-14

The opinions and social conceptions about television journalists.

The survey research carried out on a sample of 1000, representative of the whole adult /over 16 years of age/ population of Poland.

3/4 of the respondents differentiate the journalists from the representatives of other professions employed in television pointing them out correctly when given the account of their function in the presentation and preparation of the material. From among seven features, arranged dichotomically, the following ones have been ascribed to the television journalist's profession: eventful, well paid, nerve-racking, requiring a thorough education, hard and exhausting, time-consuming and limiting the private life, compeling to abandon one's own views, estimations and opinions. In the characterization of modern journalist, the respondents underlined the professional features /an interesting way of expressing of ideas, elocution, quick wits in every situation, correctness of language/. As next, the features making "the professional qualifications" were mentioned and only then came the features of the individuality and of personal culture. The opinions about the journalists differ with the sex, age and education of the respondents. In the proposed professional model of the journalist, the emphasis was laid on the attitude of the journalist to other people and on the honesty in his work. From among 1000 journalists employed in all television centres, the respondents quoted 70 names of those presenting the programmes on international, social and cultural affairs and sports programmes.

The first elaboration in Polish literature on the profession of television journalists.

661

польский

(язык публикации)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

профессия журналиста - тележурналист - зрители - мнения

(Дата; автор абстракта)

4/1976, С. Новицки

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-006 Краков, тел.: 276-46
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

WIERZBICKA Ewa : Społeczna rola dziennikarzy telewizyjnych w opinii telewidzów

Общественная роль тележурналистов во мнениях телезрителей

Aktualności Radiowo-Telewizyjne, 18/19: 1976 № 2 стр. 5-14

Мнения и общественные представления о тележурналистах.

Зондажные исследования проведенные на репрезентативной пробе насчитывающей 1000 человек /население Польши в возрасте за 16 лет/.

3/4 респондентов отличают категорию тележурналистов от других специалистов занятых на телестудии, на основании функций, какие выполняют тележурналисты при представлении и подготовке программы. Из 7 дихотомически сопоставленных отличительных черт работы, к тележурналисту относятся следующие: труд тележурналиста разнообразный, хорошо уплачиваемый, волнующий, требует всеобщего образования, тяжелый, ограничивающий личную жизнь, требующий отказа от своих мнений и оценок. При характеристике образа современного журналиста особое внимание респонденты уделяли вопросу мастерства тележурналиста /интересная передача мыслей, хорошее произношение, быстрая ориентировка в каждой ситуации, языковая правильность/.На втором месте находились черты создающие "профессиональные квалификации" и лишь только потом черты "личности" и черты личной культуры. Отдельные мнения о тележурналистах дифференцируются по полу, возрасту, образованию. Предлагаемая модель профессионального образа тележурналиста касалась в основном отношений журналистов к другим людям и добросовестности журналистского труда. Среди 1000 журналистов занятых во всех телецентрах, респонденты назвали фамилии около 70 человек - ведущих международные публицистические, общественно-культурные и спортивные программы.

Первая в польской литературе разработка касающался профессии тележурналиста.

662

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

advertising - mass culture - functions - impact - USA

(date; abstract's author)

B. Garlicki, Apr. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-08
31-008 Kraków
Poland

**CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

JASIŃSKA Aleksandra : Funkcje reklamy w systemie kultury masowej w Stanach Zjednoczonych

The Functions of Advertising in the Mass Culture System in the USA

Przekazy i Opinie, 1975 no 2 pp. 99-116; English and Russian summaries

Advertising as an institution for influencing the society.

An essay based on the literature on the subject.

The ideal type of advertising would be advertising serving as an agent supplying the producers with information about the needs of the customers and the purchaser with information on the character, quality and prices of the goods on market.In reality there are numerous factors that distort this idealistic picture. The reason for it is the employment of advertising agencies by producers who have an interest in launching their own products. Advertising understood in this way boils down to interference into the life of the society, the manipulation of its needs, wilful misleading of the individual. The further result is the influence exerted on the mass media to make them propagate the most simple messages, such as would reach the general public and be acceptable for it. This eliminates from the mass media the specialistic messages of high cultural or artistic value as well as those of controversial nature. In a socialist society in which there are the objective conditions for the development of sensible advertising, the inconsiderate adopting of advertising forms without taking into account their function in influencing the society /the priority is given to decorative values over the informative ones/ can often be found. Insufficient information on the use value of the goods, the incoordination of the advertising contents with the potentiality of the market give rise to the fact that advertising instead of loosening, augments the market tension and does not inspire confidence in the customers.

The subject has been treated previously; an attempt at a theoretical elaboration of the problem.

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

662

польский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

реклама - массовая культура - функции - воздействие - США

(Дата; автор абстракта)

4/1976, Б. Гарлицки

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

JASIŃSKA Aleksandra : Funkcje reklamy w systemie kultury masowej w Stanach Zjednoczonych

Функции рекламы в системе массовой культуры в Соединенных Штатах

Przekazy i Opinie, 1975 № 2 стр. 99-116; резюме на русском и английском языках

Реклама как институт воздействия на общество.

Доклад по литературе предмета.

Самым хорошим видом рекламной деятельности была бы роль посредника, передающего производителям информации о требованиях покупателей, а покупателям - информации о качестве и ценах товаров, находящихся в продаже. В действительности существуют многие факторы, нарушающие это идеальное изображение. Причиной этого является факт, что отдельные производители, заинтересованные в популяризации своего продукта, дают занятие рекламным агентствам. Итак, реклама, понимаемая в таком смысле, сводится к вмешательству в жизнь общества, к манипуляции потребностями общества, к сознательному введению покупателей в заблуждение. Дальнейшим последствием этого является воздействие на средства массовой информации и пропаганды с целью популяризации самого простого содержания, убеждающего широчайшие круги общества. Это исключает из массовых средств информации специальное содержание с высоким культурным или художественным значением. В социалистическом обществе,в котором существуют объективные условия развития рациональной рекламы, часто имеем дело с необдуманным заимствованием рекламных форм, при чем здесь не учитываются функции воздействия этих форм на общество /украшительные ценности больше одобряются чем информационные/. Слабая информация о употребительной стоимости товаров, несоответствие рекламного содержания возможностям рынка - все это является причиной факта, что реклама вместо того, чтобы понижать напряжение на рынке, повышает его и не снискает доверия покупателей.

663

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - role - developing countries - Africa

(date; abstract's author)

B. Garlicki, April 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 270-66
31-008 Kraków
Poland

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

JAKUBOWICZ Karol : Społeczne zadania środków masowego przekazu w Czarnej Afryce
The Social Tasks of the Mass Media in Africa

Przekazy i Opinie, 1975 no 2 pp. 117-128; Russian and English summaries

The active role of press, radio and television in the development of the Third World countries.

An essay making use of the literature on the subject.

The prime tasks of radio and television, as well as of press and film in Africa is the social service, the active participation in the development of the country, the assistance in achieving progress in all fields, These tasks are either of mobilization or educational nature. Thus the people are mobilized to a change of their attitudes, to a direct participation in the economical activities, and at the same time to a consolidation into one nation in the name of common aims. To achieve this it is necessary to raise the level of education. In this scope the radio and television often fulfil the duty of the school particularly in the adults education and in a great measure complement the modest educational equipment. Thus they are also an instrument of overcoming the deplorable heritage of colonialism.

The subject has been treated previously; the popularization of the research achievements.

663

польский

*(язык подлинника)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - роль - развивающиеся страны - Африка

*(Дата; автор абстракта)*

4/1976, Б. Гарлицки

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

**ЦЕКОМ** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

JAKUBOWICZ Karol : Społeczne zadania środków masowego przekazu w Czarnej Afryce

Общественные задачи стоящие перед средствами массовой информации и пропаганды в Африке

Przekazy i Opinie, 1975 № 2 стр. 117-128; резюме на русском и английском языках

Активная роль печати, радио и телевидения в развитии стран третьего мира.

Доклад по литературе предмета.

Перед радио и телевидением в Африке так же как перед печатью и фильмом прежде всего стоят задачи общественной службы, активного участия в развитии страны, помощи в достижении прогресса во всех областях. Эти задачи разделяются на мобилизационные и просветительные. Итак, общество мобилизируется на изменение позиций, на непосредственное участие в экономической жизни, и одновременно на объединение населения в единый народ, стремящийся достигнуть общие цели. Для достижения этих целей необходимо значительное повышение уровня просвещения. В этой области радио и телевидение иногда прямо заменяют школу /особенно когда речь идет о просвещении взрослых/; эти массовые средства также значительно дополняют научные пособия. Итак, средства информации одновременно являются инструментом преодоления наследия периода колониализма.

664

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

television - television program - publicism - language - loan words - comprehensibility

(date; abstract's author)

B. Garlicki, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 270-80
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

KONWICKA Teresa : Z badań nad przystępnością telewizyjnych programów publicystycznych

Studies on the Accessibility of Television Publicistic Programs

Rozprawy Ośrodka Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych. Komitet do spraw Radia i Telewizji "Polskie Radio i Telewizja". Warszawa 1976 no 139 47 pp.

The comprehensibility of terminology as the condition of accessibility of television programs.

Survey conducted on a sample of 200 adults resident in Warsaw.

There exists a large degree of interest in political affairs on television. However many of the words of foreign origin /eg. "integracja" - integration, "ekstremistyczny" - extremist, "nieproliferancja" - non-proliferation/ were only comprehensible to half the respondents. A large proportion of them was comprehensible to 50% - 80% of the respondents /eg. "normalizacja" - normalisation, "nacjonalizować" - to nationalise, "negocjacja" - negotiation, "reedukacja" - re-education, "federacja" - federation, "priorytet" - priority, "autonomia" - autonomy/. Such terms should therefore be used within certain limits according to the type of recipient, or suitably popularised prior to extensive use in journalistic reports. Economic and legal terminology proved to be better understood. There were however terms which were only understood within the 50% - 80% limit /eg. "złoty dewizowy" - export exchange zloty, "magistrala" - trunk-line, "inwestycja" - investments, "globalny" - global, total, "prefabrykacja" - prefabrication, "atest" - attestation,"kompleks" - complex, "intensyfikacja" - intensification, "kontener" - container, "efektywny" - effective/. The most doubtful appeared to be the question of figures as presented on television. During one news broadcast on television there occur usually over 5 quoted figures. However, as the replies of the respondents showed, these figures were meaningless to the viewers. In general,the amount of time devoted to the subject of production was incommensurate with the interest of the tested viewers in it, and the method of presentation used was too inaccessible for them.

First work on the subject.

664

**польский**

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

телевидение - телепрограмма - публицистика - язык - иностранные слова - читабельность

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Б. Гарлицки

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

KONWICKA Teresa : Z badań nad przystępnością telewizyjnych programów publicystycznych

К вопросу исследований доступности публицистических телепрограмм

Rozprawy Ośrodka Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych. Komitet do spraw Radia i Telewizji "Polskie Radio i Telewizja", Warszawa 1976 № 139 стр. 47

Читабельность применяемых определений - условие доступности телепрограмм.

Опросные исследования с использованием пробы насчитывающей 200 взрослых жителей Варшавы.

Респонденты проявляют большой интерес к политическим вопросам выступающим в телепрограмме. Однако многие определения иностранного происхождения /нп.: интеграция, экстремистский, непролиферанция/ оказались понятными только половине респондентов; значительное количество слов такого типа /нп.: нормализация, редукация, федерация, приоритет, автономия/ понималось в пределах 50-85%; поэтому эти слова должны применяться с некоторыми ограничениями /в зависимости от реципиентов/, или же хорошо популяризоваться до момента их всеобщего введения в журналистское высказывание. Более понятны определения относящиеся к экономически-юридическим вопросам. Однако есть определения понимаемые в пределах 50-85% /нп.: валютный злоты, магистраль, инвестиции, глобальный, префабрикация, атест, комплекс, интенсификация, контенер, эффективный/. Наиболее сомневательный вопрос в телепрограмме - это цифры. В отдельном издании последних телеизвестий в среднем появляется больше чем 5 численных примеров. Однако респонденты утверждают, что большинство этих цифр не имеет никакого информационного качества. В общем говоря, количество времени отводящееся производственным вопросам в последних телеизвестиях, несоразмерно по отношению к интересу реципиентов, а способ представления этих вопросов слишком мало доступен.

665

Slovak

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

journalistic genres - information

**•CECOM•***Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

MARKO Miloš : Spravodajstvo - vec politická

Information - a Political Matter

Sešity novináře, 9:1975 no 2 pp. 5-19

Deliberations on political aspects of journalistic information.

Introductory study to a special issue of the journal Sešity novináře containing several contributions of Soviet theorists of journalism.

Various treatments of the concept "information"; an analysis of philosophical, cybernetical and journalistic approach. As a typical feature of journalistic information the author discusses its role in social regulation. Journalistic information thus combines three aspects: communication - cognition - regulation. In contrast to a general theory of information where content and influence of messages can be irrelevant in the field of mass communication a semantic and pragmatic quality of information is highly important. Definitions of the so-called semantic and pragmatic efficiency of information in mass communication.

(date; abstract's author)

J. Průcha, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 27[illegible]**
**31-[illegible] Kraków**
**Poland**

665

словацкий

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

журналистские жанры - информация

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-[illegible]
Польша

---

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

MARKO Miloš : Spravodajstvo - vec politická
Информация как политическое понятие

Sešity novinaře, 9:1975 № 2 стр. 5-19

Рассмотрение политических аспектов журналистской информации.

Публицистическая статья; введение в монотематический номер журнала "Sešity novinaře", в котором собраны работы советских теоретиков по журналистике.

Различные интерпретации понятия "информация"; анализ философского, кибернетического и журналистского подходов. Роль журналистской информации в общественном регулировании с точки зрения ее типичных черт. Журналистская информация вмещает в себя три аспекта: коммуникация - познание - регулирование. В отличие от общей теории информации, в которой содержание и его влияние могут не учитываться, в области массовой передачи информации семантические и прагматические особенности сообщений играют весьма важную роль. Понятие так называемой семантической и прагматической результативности информации в ее массовой передаче.

666

Czech

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

television - propaganda

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 278-08
31-008 Kraków
Poland

KONFERENCE O TV PROPAGANDĚ A DOKUMENTARISTICE

CONFERENCE ON TV PROPAGANDA AND TV DOCUMENTARISATION

Československá státní televize, Praha 1975 225 pp.

Contemporary and future tasks of TV propaganda in Czechoslovakia.

Contributions and discussion at the conference.

The book includes papers and communications of the discussion presented at the conference on problems of TV propaganda held in Prague, March 18-20, 1975. Participants in the conference were experts from the Czechoslovak State Television, research workers dealing with mass communication theory, editors, television producers and dramaturgists. The following problems have been presented at the conference: 1. an analysis of the current state of TV propaganda in Czechoslovakia in respect to the main tasks following from recent decisions of the Central Committee of the Czechoslovak Communist Party, 2. the exchange of opinions, experiences and research results concerning TV propaganda among experts from socialist countries, 3. an analysis of content and formal features of some propagandistic programs broadcasted by Czechoslovak State Television.

666

чешский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

телевидение - пропаганда

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-06
Польша

KONFERENCE O TV PROPAGANDĚ A DOKUMENTARISTICE

КОНФЕРЕНЦИЯ НА ТЕМУ ПРОПАГАНДЫ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДОКУМЕНТАЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ТЕЛЕВИДЕНИИ

Československá statni televize, Praha 1975 стр. 225

Настоящие и будущие проблемы стоящие перед телевизионной пропагандой в Чехословакии.

Сборник рефератов, сообщений и выступлений в дискуссии на конференции,посвященной проблемам телевизионной пропаганды; конференция эта проходила в Праге 18-20 марта 1975 года. В ней участвовали эксперты из чехословацкого телевидения,исследователи теории массовой информации и пропаганды, издательские работники, режиссеры и телевизионные драматурги.

На конференции были затронуты следующие вопросы: 1. Анализ современного состояния телевизионной пропаганды в Чехословакии в свете новых основных задач,вытекающих из последних решений ЦК КПЧ; 2. Обмен мнениями по опыту и результатам исследований, связанных с телевизионной пропагандой в отдельных социалистических странах; анализ содержания и формальных черт некоторых пропагандных передач чехословацкого телевидения. В сборнике содержатся многочисленные интересные предложения по практике телевизионной пропаганды.

667

Czech

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - history - development - Czechoslovakia-1945-1975

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 276-68**
**31-008 Kraków**
**Poland**

HUDEC Vladimír : K vývoji žurnalismu v ČSSR za třicet let od osvobození země Sovětskou armádou

On the Development of Journalism in Czechoslovakia During Thirty Years After the Liberation of the Republic by Soviet Army

Sešity novináře, 9:1975 no 1 pp. 15-59

Essay on historical development of mass media in Czechoslovakia.

Historiographical methods, analysis of documents.

The division of the history of journalism in Czechoslovakia into five periods: 1. 1945-1948, 2. from February 1948 /the victory of Czechoslovak working classes against bourgeoisie/ to 1955, 3. 1956-1959, 4. 1960 - April 1969 /a new leadership of the Czechoslovak Communist Party/, 5. May 1969 till the present time. In every historical period the development of the most important periodicals, radio and television /which started in 1953 in Czechoslovakia/ is described. Special attention is devoted to political differentiation of particular periodicals. At the same time a brief outline of the development of journalists' professional institutions and development of journalistic university education in Czechoslovakia is presented.

First elaboration with numerous statistical data and photographical documentation.

667

чешский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - история - развитие - Чехословакия - 1945-1975

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-80
Польша

HUDEC Vladimir : K vývoji žurnalismu v ČSSR za třicet let od osvobození země Sovětskou armádou

О развитии журналистики в Чехословакии за тридцать лет после освобождения республики советской армией

Sešity novináře, 9:1975 ■ 1 стр. 15-59

Исторический обзор развития средств массовой информации и пропаганды в Чехословакии.

Исторические методы, анализ документов.

Периодизация истории журналистики в Чехословакии: а/ первый период:1945-1948; б/ второй период: февраль 1948 /победа чехословацкого рабочего класса в борьбе против буржуазии/ - 1955 г.; в/ третий период: 1956-1959; г/ четвертый период : 1960 - апрель 1969 /новое руководство КПЧ/; д/ пятый период: апрель 1969 до настоящего времени. В каждом историческом периоде представляется развитие важнейших журналов, радио и телевидения /которое в Чехословакии появилось в 1953 г./. Особое внимание уделяется политической дифференциации отдельных журналов. Одновременно представляется краткий очерк по журналистским профессиональным институтам и по университетскому обучению журналистов.

Первая разработка дополненная многими статистическими данными и фотографической документацией.

568

Czech

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

journalist - journalist's
profession - education -
Czechoslovakia

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

HOŘENI Z. : Čelem k životu, čelem k budoucnosti

Towards Life, Towards Future

Sešity novináře, 9:1975 no 1 pp. 4-12

Critical evaluation of certain shortcomings in the activity and professional training of Czechoslovak journalists.

Essay presenting author's deliberations; statistical data.

The requirements imposed on the practical activity of journalists by contemporary life and future development of Czechoslovakia. The successful work of journalists is determined by their ideological and political involvement as well as by their professional training and education. Among 4,790 journalists officially registered in Czechoslovakia /October, 1974/ only 41,8% have an university education, 48,8% completed secondary education and 9,4% have an education on basic school level. Such a situation is unsufficient because the number of journalists having a university education is too low and the number of those having a basic education is too high. The author compares the professional education of journalists in Czechoslovakia and in Poland where the number of journalists with university education amounts to more than 60%.

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 276-98**
**31-008 Kraków**
**Poland**

■ЦЕКОМ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

568

чешский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

журналисты - журналистская профессия - образование - Чехословакия

HOŘENI Z. : Čelem k životu, čelem k budoucnosti

Ближе к жизни, ближе к будущему

Sešity novináře, 9:1975 № 1 стр. 4-12

Критические замечания по поводу недостатков в деятельности и в профессиональном обучении журналистов в Чехословакии.

Доклад представляющий размышления автора; статистические данные.

Требования по отношению к практической деятельности журналистов, поставленные перед ними современной жизнью и будущим развитием Чехословакии. Успешная журналистская деятельность обусловляется идеологическим и политическим уровнем журналистов и также их профессиональным обучением. Среди 4790 официально зарегистрованных в Чехословакии /октябрь 1974/ журналистов только у 41,8% было высшее образование, у 48,8% - среднее образование, у 9,4% - начальное образование. Автор недоволен такой ситуацией, считает, что слишком мало журналистов с высшим образованием, во время как у большого количества журналистов только начальное образование. Автор сравнивает профессиональное обучение журналистов в Чехословакии и в Польше, где число журналистов с высшим образованием составляет больше чем 60%.

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

669

Czech

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press agency - agency journalism - functions - theory

HAŠKOVEC Slavoj : Úvod do teorie agenturního zpravodajství

An Introductioh to Theory of Agency Journalism

Státní pedagogické nakladatelství, Praha 1975 109 pp.

Theory of functioning of press agencies.

Theoretical essay.

The following problems of the theory of agency journalism are explained in the book: the place of agency journalism in the structure of social communication and social relations. General functions of agency journalism in contemporary world and specific functions of press agency services in socialist countries. Historical conditions of the origination and development of international press agencies. Development of technical means for transformation of information by press agencies. Features of agency journalism in comparison with work for other mass media. Basic qualities determining the effects of messages in agency journalism. The concluding part is devoted to problems of objectivity in agency journalism.

A handbook for the journalism students; first elaboration in Czechoslovakia.

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

■ ЦЕКОМ ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

669

чешский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

агентство печати - агентская журналистика - функции - теория

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-86
Польша

HASKOVEC Slavoj : Úvod do teorie agenturního zpravodajství
Введение в теорию агентской журналистики

Státní pedagogické nakladatelství, Praha 1975 109 стр.

Теория действия агентств печати.

Теоретическое описание.

Основные проблемы теории агентской журналистики; место агентской журналистики в структуре общественной коммуникации и социальных отношений. Общие функции агентской журналистики в современном мире и особые функции обслуживания агентств печати в социалистических странах. Особенности агентской журналистики по сравнению с другими средствами массовой информации и пропаганды. Основные черты определяющие эффективность передачи в агентской журналистике /быстрота, достоверность, точность, читабельность, сжатость и т.п./. В последней части речь идет о объективности в агентской журналистике.

Учебник предназначенный студентам секции журналистики; первая в Чехословакии разработка.

671

Slovak

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - impact - education - information - effectiveness - conditions

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 270-68
31-008 Kraków
Poland

• CECOM • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ČEREPACHOV M.S. : Poznávacie schopnosti a výchovné posobenie informácie
Cognitive Abilities and Educational Influence of Information

Sešity novináře, 9:1975 no 2 pp. 65-78

The conditions under which mass communication has an educational effect.

Theoretical essay.

Educational influence of journalistic information is determined by cognitive qualities of information. Public opinion can be influenced and possibly changed only when recipients receive information containing facts, conclusions, and arguments. An undesirable factor in propaganda are the empty and vague phrases which evoke negative emotional and psychological reactions in audience. The conditions under which mass communication has an educational effect: 1. richness of information; 2. representativeness of information; 3. operativeness of information; 4. the proper sequence of arguments. The four qualities are explained in more detail on examples taken from Soviet newspapers.

671

словацкий

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - воздействие - воспитание - информация - эффективность - условия

ČEREPACHOV M.S. : Poznávacie schopnosti a výchovné posobenie informácie

Познавательные возможности и воспитательное влияние информации

Sešity novináre, 9:1975 № 2 стр. 65-78

Основные условия, в которых массовая коммуникация воздействует воспитательно.

Теоретические рассуждения.

Воспитательное влияние журналистской информации определяется познавательными качествами этой информации. Общественное мнение данного общества может подвергать влиянию и даже переменяться только тогда, когда реципиенты средств массовой информации и пропаганды получают информацию, содержащую факты, итоги и убедительные аргументы. Нежелательным фактором в пропагандистском воздействии средств массовой информации, являются всякие неточные утверждения, которые возбуждают отрицательные реакции аудитории. Основные условия, в которых массовая коммуникация воздействует воспитательно: 1. полный состав информаций; 2. представительность информаций; 3. оперативность информаций; 4. продолжение информаций. Названные четыре черты более подробно обсуждается применяя конкретные примеры приведенные из советских газет.

(Дата, автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

672

Czech

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - functions - reception - preferences - USSR

CHMARA G.I. : Tisk v systému masové komunikace

Press in the System of Mass Communication

Masová komunikace a propaganda, Svoboda, Praha 1975 pp. 85-107

An analysis of the use and preference of press in social groups of Soviet society.

Sociological survey, questionnaires. Sample of Leningrad residents /N=2031/.

Analysis of five functions of the mass communication system in USSR: 1. informative, 2. propagandistic, 3. educational, 4. social regulative, 5. hedonistic. The "hedonistic" function which has been theoretically described by Soviet sociologist L.N. Kogan is related to the effects of the mass media on the emotional gratification of receivers. The functions are analysed in respect to periodical press. In a large - scale sociological experiment the audience preferences of particular mass media have been studied. The investigation has been performed by the Institute of Social Studies /Leningrad State University/ in late sixties. The variable used: age, sex, education, profession, and political orientation of the receivers.

(Date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

672

чешский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - функции - восприятие - предпочтения - СССР

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-80
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

CHMARA G.I. : Tisk v systému masové komunikace
Печать в системе коммуникации

Masová komunikace a propaganda, Svoboda, Praha 1975 стр. 85-107

Анализ пользования и предпочтений в области печати в разных общественных группах советского общества.

Социологические исследования, проведенные при помощи вопросника.

Анализ основных функций системы массовой коммуникации в СССР: 1. информационная функция; 2. пропагандистская функция; 3. воспитательная функция; 4.функция общественного управителя; 5. функция гедонистическая. "Гедонистическая" функция, которую теоретически описал советский социолог Л.Н. Коган, состоит в воздействии средств массовой информации и пропаганды на эмоциональное удовольствие реципиентов. Названные функции более подробно анализируются по отношению к периодической печати. Обсуждается большой эксперимент, при помощи которого изучались предпочтения по отношению к отдельным средствам массовой информации и пропаганды. Эти исследования проводились работниками Института общественных наук /Ленинградский государственный университет/ к концу 60-ых годов. Исследовалась проба, насчитывающая 2031 респондентов из Ленинграда по отношению к следующим аспектам: взаимозависимость между возрастом, полом, уровнем образования, профессией, политической ориентацией реципиентов и избранием отдельных печатных средств информации и пропаганды /газеты, журналы, книги/. В заключении представляется очерк по перспективам дальнейших исследований печати.

673

Czech

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - cooperation - effectiveness

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-88
31-008 Kraków
Poland

CHELEMENDIK V.S. : Problémy součinnosti prostředků masové propagandy
Problems of Coordination of Mass Propaganda Media

Masová komunikace a propaganda, Svoboda, Praha 1975 pp. 68-84

Coordination of functioning of periodical press, radio and TV in socialist society.

Sociological research.

Particular mass media usually operate independently from each other and their functioning is not coordinated. The author analyses theoretical and methodological problems of a regulated cooperation of certain mass media /newspapers, radio and TV/. The main results of research on coordination of mass media are presented. The effects of coordinated operation of mass media which have been found in the so-called "Crimea experiment" performed at the end of 60ties. The results:1/ in mutual coordination the influence of press, radio and TV is much more strong than in uncoordinated operation; 2/ the propagandistic effects of mass media leading to changes in public opinion are reached sooner than in uncoordinated operation. Important implications for theory and practice of mass communication have been derived by the author.

First elaboration with original findings.

673

чешский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропананды - сотрудничество - эффективность

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

CHELEMENDIK V.S.: Problémy součinnosti prostředků masové propagandy

Проблемы координации средств массовой информации и пропаганды

Masová komunikace a propaganda, Svoboda, Praha 1975 стр. 68-84

Координация функционирования прессы, радио и телевидения в социалистическом обществе.

Экспериментальное социологическое исследование.

В большинстве случаев отдельные средства массовой информации и пропаганды действуют независимо друг от друга, и их функционирование не координируется. Автор анализирует теоретические и методологические проблемы регулируемого сотрудничества средств массовой информации и пропаганды /печати, радио и телевидения/.Представлены главные результаты исследований по координированию средств массовой информации и пропаганды. Эффекты координированного воздействия этих средств; полученные в результате так называемого "крымского эксперимента" проведенного в конце 60-х годов, доказывают: 1. что применение координации в прессе, радио и телевидении значительно увеличивает воздействие пропаганды по сравнению с нескоординированными действиями; 2. что пропагандистский эффект средств массовой информации и пропаганды при их координации скорее ведет к изменениям общественного мнения, чем в случае независимых действий. Рассматривая результаты крымского эксперимента, автор приходит к важным теоретическим и практическим выводам.

674

Czech

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press agencies - history - international cooperation - world

**• CECOM •** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

BUNZLOVÁ Alice : Kapitoly z dějin světových tiskových agentur
Chapters on History of World Press Agencies

Státní pedagogické nakladatelství, Praha 1975 111 pp.

Historical development of press agencies from 19th century till now.

Analysis of data.

Survey of historical development of press agencies in the world. The role and functions of particular services of press agencies are evaluated in relation to the respective historical periods. Press agencies existing in contemporary world have been divided into three categories: 1. world press agencies, 2. international press agencies, 3. national press agencies. Four periods of historical development of press agencies: 1. years 1830-1870, 2. years 1870-1914, 3. years 1914-1945, 4.1945 - till now. Special chapters have been devoted to historical development of five world press agencies /TASS, REUTER, Agence France-Presse, Associated Press, United Press International/. An evaluation of cooperation of press agencies of socialist countries /Photo International, Intersputnik/.

First elaboration of the subject in Czechoslovakia.

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

674

чешский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

агентства печати - история - международное сотрудничество - мир

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

**ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР**
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

BUNZLOVÁ Alice : Kapitoly z dějin světových tiskových agentur

Главы по истории мировых агентств печати

Státní pedagogické nakladatelství, Praha 1975 111 стр.

Историческое развитие агентств печати начинная с XIX в. до настоящего времени.

Фактографическое описание.

Характеристика исторического развития агентств печати в мире. Роль и функции выполняемые агентствами печати оцениваются по определенным историческим периодам. Агентства печати, существующие в современном мире можно подразделить на три категории: 1. мировые агентства печати; 2. международные агентства печати; 2.агентства печати по стране. С точки зрения хронологии в историческом развитии агентств печати различаются четыре периода: 1/ 1830-1870 гг.; 2/ 1870-1914 гг.; 3/ 1914 - 1945 гг.; 4/ 1945 до настоящего времени. В отдельных главах обсуждается историческое развитие пяти мировых агентств печати /ТАСС, REUTER, Agence France-Presse,Associated Press, United Press International/. В заключении представляется оценка сотрудничества агентств печати в социалистических странах /Photo International,Интерспутник/.

Первая в Чехословакии разработка.

675

Czech

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - functions - public opinion - mass communication system - model

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

BORECKIJ R.A. : Žurnalistická informace a společenské řízení
Journalistic Information and Social Regulation

Masova komunikace a propaganda, Svoboda, Praha 1975 pp. 51-67

Journalistic information as a factor of regulation of social processes.

Theoretical analysis, systems approach.

An analytical description of journalistic information as a system. The ways of participating of this system in regulation of social processes. A system approach which has been developed in various fields of Soviet technical sciences /B. Grushin et al./. The other theoretical basis of the author's approach is a theory of social regulation and social communication as has been developed by Soviet sociologists /A. Uledov et al./. The following problems are solved in the study: Functions of mass media in the creation of public opinion in socialist society. Methodological basis of the systems research of mass communication. Confrontation of general theory of information with the Marxist-Leninist theory of reflexion. The criticism of Lasswell's model of communication process and postulates to create a model of journalistic information which should reflect the real conditions of social reality.

First elaboration.

675

чешский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - функции - общественное мнение - система массовой коммуникации - модель

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-68
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

BORECKIJ R.A. : Žurnalistická informace a společenské řizeni

Журналистская информация и общественная деятельность

Masova komunikace a propaganda, Svoboda, Praha 1975 стр. 51-67

Журналистская информация как активный фактор регулирования общественных процессов.

Теоретический анализ.

Аналитическое описание журналистской информации как системы; способы участия этой системы в регулировании общественных процессов. Автор использует метод системного подхода, который был выработан в СССР в области различных технических наук /напр., Грушин Б. и др./. Другой теоретической основой, используемой автором, является теория общественного регулирования и информирования, созданная советскими социологами /Уледов и др./. В работе рассматриваются следующие проблемы: функции средств массовой информации и пропаганды в формировании общественного мнения в условиях социалистического общества. Методологические основы системного исследования массовой коммуникации. Рассмотрение общей теории информации на фоне марксистско-ленинской теории отражения. Автор критикует модель процесса коммуникации Х. Лассвелла и предлагает создать такую модель журналистской информации, которая отображала бы объективные условия современного общества.

676

Czech

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

magazine - "Nedel'ya" - readers - content preferences - USSR

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-86
31-008 Kraków
Poland

MENDELEJEV A.G. : Masový týdeník a jeho čtenár /konkrétní sociologický výzkum/
Mass Weekly and its Readers /a Field Study/

Masová komunikace a propaganda, Svoboda, Praha 1975 pp. 108-125

The audience of the Soviet weekly"Nedel'ya".

Sociological survey /questionnaires/. Sample of Soviet Union inhabitants /N=1814/.

The effects of weekly have been relatively less investigated than other types of press. The results of field study on the readers of Soviet weekly"Nedel'ya"- a magazine special edition of"Izvestiya". The aims of the surveywere: 1. to describe the social and demographical structure of readers, 2. to determine the degrees of popularity and preference of particular topics, 3. to describe the readers' interests. For this purpose a special questionnaire has been prepared. The variables used were: the age, the education, profession, political attitudes, sex. Important implications for both the theory of periodical press and for the editorial practice.

676

чешский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

магазин - "Неделя" - читатели - предпочтения содержания - СССР

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-006 Краков, тел.: 270-06
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

MENDELEJEV A.G. : Masový týdeník a jeho čtenář /konkrétni sociologický výzkum/

Массовый еженедельник и его читатели /конкретные социологические исследования/

Masová komunikace a propaganda, Svoboda, Praha 1975 стр. 108-125

Круг реципиентов советского еженедельника "Неделя".

Социологические исследования /вопросники/.

Массовый еженедельник это особый вид печати, влияние которого на читателей реже исследовалось чем влияние других типов печати. Описание конкретных социологических исследований читателей советского еженедельника "Неделя", магазина/приложение к газете "Известия"/ предназначенного для чтения в свободные дни. Цель исследований: 1. описать общественную и демографическую структуру читателей; 2. определить степень популярности отдельных тематических элементов выступающих в массовом еженедельнике; 3. описание интересов читателей к определенным общественно-профессиональным группам массовых реципиентов. С этой целью был приготовлен особый вопросник. Респонденты /1814 человек из разных областей СССР/ анализировались с точки зрения возраста, уровня образования, профессии, политических позиций, пола и т.п. Важные указания так для теории как и для издательской практики.

677

Slovak

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - information - novelty - USSR

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

PELT V.D. : Novosť v novinách
Novelty in Newspapers

Sešity novináře, 9:1975 no 2 pp. 79-92

Novelty as a quality of contemporary Soviet press.

Theoretical essay.

Concept of novelty in mass media. Comparison of the quality "novelty" in bourgeois press and in Soviet press. The concept of novelty in bourgeois press is not identical with the concept of "importance of information" because the novelty is deformed into the sensational. In such a way bourgeois press aims at ideological disorientation of receivers. On the contrary, in Soviet press the novelty means an orientation on the most topical and important facts. Critical evaluation of certain shortcomings of contemporary Soviet periodicals: texts sometimes not important ideollogically, bringing unimportant or even sensational news, monotonous and inexpressive. This leads to negative consequences.

677

словацкий

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - информация - новость - СССР

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

---

**ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

PELT V.D. : Novosť v novinách

Новость в газетах

Sešity novináre, 9:1975 № 2 стр. 79-92

- Новость как качество современной советской печати.

Теоретический доклад.

В первой части работы обсуждается понятие "новости" в средствах массовой информации и пропаганды. Качество названное "новостью" является неотъемлемым аспектом журналистской информации. Понятие "новости" в буржуазной печати не тождественно с понятием "важность информации", так как в буржуазной печати "новость" извращается и представляется как сенсация. Таким образом буржуазная печать стремится к идеологической дезориентации реципиентов. Советская печать, наоборот, обеспечивает ориентацию в наиболее актуальных и важных фактах и событиях. Вторая часть работы обсуждает критическую оценку некоторых недостатков современных советских журналов: иногда в советской печати появляются тексты с точки зрения идеологии несущественные, представляющие даже сенсационные события или же печатаются скучные, мало экспрессивные тексты. Это ведет к отрицательным последствиям: когда нет официальной информации, тогда появляется ложная, создающая сплетню информация.

Многократная разработка.

678

Czech

*(Language of the original document)*

**KEYWORDS:**

mass media - USSR - bibliography /list of elaborations/

*(date; abstract's author)*

J. Prucha, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Głowny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

PROSTŘEDKY MASOVÉ INFORMACE A PROPAGANDY A VĚDECKOTECHNICKÁ REVOLUCE V PODMÍNKÁCH ROZVOJE SOCIALISTICKÉ SPOLEČNOSTI - Bibliografie a dokumentace 1

MEDIA OF MASS INFORMATION AND PROPAGANDA AND THE SCIENTIFIC AND TECHNICAL REVOLUTION IN THE CONDITIONS OF THE DEVELOPMENT OF SOCIALIST SOCIETY - Bibliography and Documentation 1

Ústav teorie a praxe žurnalistiky, Praha 1975 159 pp.

Bibliography of Soviet publications on mass communication.

Bibliographic methods.

An annotated bibliography of Soviet publications /books, articles from newspapers and periodicals/ published in Russian during the period 1964-1974. The bibliography has been compiled by V.Z. Privalov /Moscow State University/ for study purposes for the Institute of Theory and Practice of Journalism in Prague - it comprises 693 annotations. The following thematic fields are covered: 1. functions and tasks of mass media in socialist society in view of Marxism-Leninism, 2. forms and methods of the ideological influence of mass media and their effects, 3. mass media as an information system and its optimization, 4. characteristics of the personality of socialist journalist, 5. function and place of art in mass communication, 6. problems of empirical research of mass media, 7. a psychological approach to mass media, 8. scientific and technical revolution and the mass media.

678

чешский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - СССР - библиография /перечень работ/

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

PROSTŘEDKY MASOVÉ INFORMACE A PROPAGANDY A VĚDECKOTECHNICKÁ REVOLUCE V PODMÍNKÁCH ROZVOJE SOCIALISTICKÉ SPOLEČNOSTI. BIBLIOGRAFIE A DOKUMENTACE 1

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ПРОПАГАНДЫ И НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ РЕВОЛЮЦИЯ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛИСТИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА. БИБЛИОГРАФИЯ И ДОКУМЕНТАЦИЯ 1

Ústav teorie a praxe žurnalistiky, Praha 1975 159 стр.

Библиография советских публикаций о массовой коммуникации.

Библиографические методы.

Аннотированная библиография советских публикаций /книги, статьи из газет и журналов/ опубликованных на русском языке в 1964-1974 г.г. Библиография приготовленная В.З. Приваловым /МГУ/ в пользу исследований, проведенных в Институте теории и практики журналистики в Праге - содержит 693 аннотаций. Библиография относится к следующим вопросам: 1. функции и задачи средств массовой информации и пропаганды в социалистическом обществе с точки зрения марксизма-ленинизма; 2. формы и методы идеологического влияния средств массовой информации и пропаганды; проблемы их эффектов; 3. средства массовой информации и пропаганды как информационная система; оптимализация этих средств; 4. черты личности социалистического журналиста;5.функции и меото искусства в массовой коммуникации; 6. проблемы эмпирических исследований над средствами массовой информации и пропаганды; 7. психологический подход к средствам массовой информации и пропаганды; 8. научно-техническая революция и средства массовой информации и пропаганды.

679

Czech

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass communication - interdisciplinary research - theory - methodology

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 270-06
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

PRUCHA J. : K problémům výzkumu masové komunikace
On Problems of Mass Communication Research

Masová komunikace a propaganda, Svoboda, Praha 1975 pp. 12-37

Methodological problems of an interdisciplinary research in mass communication.

Theoretical survey.

The basic theoretical and methodological problems of mass communication research in respect to specific situation of Czechoslovakia. An interdisciplinary approach to mass communication research is explained with special attention to psychological and psycholinguistic problems of mass communication. The main tasks of a psychological and socio-psychological research are formulated in respect to communicator, receiver and effects. A psycholinguistic research of mass communication is outlined in respect to the three fields of message analysis: content analysis, measures of readability and the so-called psycholinguistic prediction. The concluding part surveys Soviet findings in mass information and mass propaganda research from publications of early 70's.

First elaboration in Czechoslovakia.

679

чешский
(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

массовая коммуникация - межотраслевые исследования - теория - методология

PRUCHA J. : K problémům výzkumu masové komunikace

К вопросу исследований над массовой коммуникацией

Masová komunikace a propaganda, Svoboda, Praha 1975 стр. 12-37

Методологические проблемы межотраслевых исследований над массовой коммуникацией.

Теоретический обзор и оценка.

Основные теоретические и методологические проблемы исследований над массовой коммуникацией, особенно учитывая обстановку в Чехословакии. Межотраслевый подход к исследованиям в области массовой коммуникации обсуждается в основном с точки зрения аспектов, которые еще до сих пор недостаточно исследовались /психологические и психолингвистические проблемы массовой коммуникации/. Определяются основные задачи психологических исследований по отношению к коммуникатору, реципиенту и эффектам. Представляется очерк по психолингвистическим исследованиям в области массовой коммуникации по отношению к трем отраслям анализа передачи: анализ содержания, измерение читаемости и т.н. психолингвистические предвидения. Последняя часть работы посвящается обзору советских открытий в исследованиях над массовой информацией и пропагандой, представленных в советских публикациях в начале 70-ых годов.

Первая в Чехословакии разработка.

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

680

Slovak

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio journalism - theory - research

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 376-68
31-008 Kraków
Poland

SLOVÁK Leopold : Rozhlasová žurnalistika
Radio Journalism

Vydavatelství a nakladatelství Novinář, Praha 1975 93 pp.

Outline of a general theory of radio journalism.

Theoretical essay.

The basic problems of a theory of radio journalism and its research. Radio journalism is a field of all journalistic messages broadcasted by radio. Explanation of main theoretical approaches to the study of radio journalism: 1. historical development of scientific study of radio journalism; 2. radio journalism as a subject of the basic discipline /i.e. theory of journalism/; 3. radio journalism in view of related disciplines /theoretical cybernetics, psychology, sociology/. Other chapters dealt with: the functions of radio journalism, specific features and genres of radio journalism, structure of program of radio broadcasting. In conclusion some problems of prognosis of radio journalism are sketched.

First elaboration in Czechoslovakia; original conclusions /prognosis/.

680

словацкий

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радиожурналистика - теория - исследования

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ ЦЕКОМ ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

SLOVÁK Leopold : Rozhlasová žurnalistika

Радиожурналистика

Vydavatelství a nakladatelství Novinář, Praha, 93 стр.

Общие черты теории радиожурналистики.

Описания и теоретические модели.

Основные проблемы теории радиожурналистики и ее научного исследования. Автор определяет радиожурналистику как область всяких журналистских передач по радио. В введении книги выясняются основные теоретические подходы к точному исследованию радиожурналистики: 1. историческое развитие научных исследований радиожурналистики; 2. радиожурналистика как объект основной отрасли /т.е. теории журналистики/; 3. радиожурналистика в свете родственных отраслей /теоретическая кибернетика, психология, социология/. Остальные статьи обсуждают следующие проблемы: функции радиожурналистики, особенности и радиожурналистские жанры, структура радиопрограмм. В заключении представляется очерк по некоторым проблемам связанным с прогнозами радиожурналистики.

Первая в Чехословакии разработка; итоги, относящиеся к вопросу прогнозирования.

681

Slovak

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - development - differentiation - standarization - USSR

(date; abstract author)

J. Prucha, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

**●CECOM●** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ŠKONDIN M.V. : Informácie a štruktúra periodickej tlače
Information and Structure of Periodical Press

Sešity novináře, 9:1975 no 2 pp. 93-105

Problems of differentiation and standarization of press in the Soviet Union.

Theoretical essay.

Two problems concerning the trends of development of press in the Soviet Union. The first follows from the necessity for the greater differentiation and standarization of press. Together with central newspapers the role of which consists in presenting information to all members of socialist society, it is also necessary to develop papers aimed at special social groups. The differentiation of press is determined mainly by characteristics of socio-professional groups and local differences. The second problem issues from the dynamism of characteristics of differentiation and from the influence of the dynamism on the structure of information presented by press. Examples from texts of certain Soviet newspapers are given for explanation.

Original theoretical analysis based on some data from sociological investigations.

681

словацкий

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - развитие - дифференциация - стандаризация - СССР

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел . 276-66
Польша

---

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ŠKONDIN M.V. : Informácie a štruktúra periodickej tlače
Информация и структура периодической печати

Sešity novináře, 9:1975 # 2 стр. 93-105

Проблемы дифференциации и стандаризации печати в Советском Союзе.

Теоретические рассуждения.

Анализируются два основных вопроса связанные с развитием почати в Советском Союзе. Первая проблема вытекает из необходимости большей дифференциации и стандаризации периодической печати. Кроме центральных газет, которых роль состоит в представлении информаций всем членам социалистического общества /стремление к стандаризации/ следует дальше развивать газеты и еженедельники, направленные к определенным общественным группам /стремление к дифференциации/. Дифференциация печати в основном определяется чертами общественно-профессиональных групп и чертами данного района. Вторая проблема вытекает из динамики черт дифференциации, и из влияния этого динамизма на структуру информации, представленной в печати. Приводятся примеры из советских газет, для того, чтобы показать это влияние.

Первый теоретический анализ, основанный на некоторых данных, приведенных из социологических исследований.

682

Slovak

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - radio - history -
Slovakia - 1944-1945

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 278-88**
**31-008 Kraków**
**Poland**

**• CECOM •** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

VATRÁL J. : Prvé kroky slovenského novinárstva na oslobodenom území republiky

First Steps of Slovak Journalism on the Liberated Territory of the Republic

Sešity novináře, 9:1975 no 1 pp. 83-104

Press and radio in Slovakia in the period 1944-1945.

An essay making use of archival materials.

Slovakia was the first part of Czechoslovakia to be liberated from the fascist oppression. Newspapers and radio had an important role in that time as sources of information and regulation. There is, however, a lack od detailed historiographical works devoted to this period of the history of Czechoslovak journalism. Some less known facts concerning mass media in Slovakia at 1944-1945. The first Czechoslovak free press was the weekly "Naše vojsko v SSSR" /Our Army in USSR/, founded in 1942, and from 1944 the daily paper "Za svobodné Československo" /For Free Czechoslovakia/. Both have been published by the 1st Czechoslovak Army in USSR. Beginning from January 1945 the daily "Pravda" /Truth/, the newspaper of the Slovak Communist Party, started its regular publication.

Original survey based on analysis of historical documents.

682

словацкий

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - радио - история - Словакия - 1944-1945

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

VATRÁL J. : Prvé kroky sloverského novinárstva na oslobodenom území republiky

Первые шаги словацкой журналистики на освобожденной территории республики

Sešity novináre, 9:1975 № 1 стр. 83-104

Печать и радиопрограмма в Словакии в 1944-1945 г.г.

Доклад по архивным материалам.

Словакия была первым районом чехословацкой республики, который освободился от фашистской оккупации. Газеты и радио играли тогда очень важную роль как источники информации. Однако нет детальных исторических работ обсуждающих названный период в чехословацкой журналистике. Автор представляет некоторые менее известные факты связанные со средствами массовой информации в Словакии в 1944-1945 г.г. Первой свободной чехословацкой публикацией в печати был еженедельник "Nase vojsko v SSSR" /"Наше войско в СССР"/ основанный в 1942г.и еженедельник "Za svobodne Ceskoslovensko" /"За свободную Чехословакию"/ основанный в 1944 г. Эти газеты издавались Первой чехословацкой армией в СССР. С января 1945 г. еженедельник "Правда" - орган Словацкой коммунистической партией - стал издаваться регулярно. Автор представляет также другие исторические факты связанные с печатью и радио.

684

Czech

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

political information - mass media - educational function

(date; abstract's author)

J. Prucha, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

VÝZNAM POLITICKEJ INFORMÁCIE V IDEOVO-VÝCHOVNEJ PRÁCI

THE IMPORTANCE OF POLITICAL INFORMATION IN IDEOLOGICAL AND EDUCATIONAL WORK

Nakladatelstvo Pravda, Bratislava 1975 269 pp.

The role of political information in mass communication.

An essay.

Theory of political information as has been elaborated by Soviet theorists. Definition of the concept of "political information" and explanation of basic features, forms and functions of political information in mass media. Content and thematic aspects of political information in relation to the following fields: political life of the socialist state, domestic and foreign politics, economics, culture and communist morale. The functions of political information in press, radio, TV and film. A detailed analysis of genres and forms of political information in mass media and of methods of increasing effects of political information. Spoken political information in propagandistic mass work.

684

чешский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

политическая информация - средства массовой информации и пропаганды - воспитательная функция

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Пруха

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

VÝZNAM POLITICKEJ INFORMÁCIE V IDEOVO-VÝCHOVNEJ PRÁCI

ВАЖНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ В ИДЕОЛОГИЧЕСКИ-ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Nakladatelstvo Pravda, Bratislava 1975, 269 стр.

Роль политической информации в массовой коммуникации.

Теоретический доклад.

В работе обсуждается теория политической информации разработанная советскими теоретиками. В первой части книги представляется определение понятия "политическая информация" и выясняются основные особенности, формы и функции политической информации в массовых средствах. Вторая часть книги рассматривает проблемы содержания, и тематические аспекты политической информации по отношению к следующим областям: политическая жизнь социалистического общества; внутреняя и зарубежная политика; экономика; культура и коммунистическая моральность. Третья часть книги представляет функции политической информации в печати, радио и телевидении и в фильме. Последняя часть книги рассматривает проблемы высказываемой политической информации в массовой пропагандистской деятельности.

Синтез существующих сведений на основании литературы.

685

German

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - German Democratic Republic - on United Nations Organization - 1971-73

(date; abstract's author)

U. Grohall, Jan. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-86
31-008 Kraków
Poland

## DIE BEHANDLUNG VON PROBLEMEN DER UNO IN DER PRESSE DER DDR 1971-1973

## THE TREATMENT OF UN MATTERS IN THE PRESS OF THE GERMAN DEMOCRATIC REPUBLIC IN THE PERIOD 1971-1973

Karl-Marx-Universität. Sektion Journalistik, Leipzig 1974 275 pp.

The picture of the UN in the press of the German Democratic Republic in 1971-1973. Content analysis of 26 publications.

A wide-scale and multifarious treatment of this subject in the German Democratic Republic press, even in the period when the country was not yet a member state. Information on the numbers and lengths of published articles, listed according to year of publication. The compilation according to the following criteria: chief aims of the UN according to its Charter /viz. maintenance of world peace and security, development of friendly relations between the nations in accordance with the principles of equality and autonomy for each nation, support for international co-operation in the solution to international economic, social, cultural, and human relations problems, support for the basic human rights and liberties, irrespective of race, sex, language, or religion. The individual organs of the UN: the General Assembly, the Security Council, the activities of the Secretary General, ECOSOC /the Economic and Social Council/, UNCTAD, the UN Trusteeship Council, and other specialist organisations.

685

немецкий

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - Германская Демократическая Республика - о Организации Обьединенных Наций - 1971-1973

(Дата; автор абстракта)

1/1976, У. Грохалл

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-06
Польша

DIE BEHANDLUNG VON PROBLEMEN DER UNO IN DER PRESSE DER DDR 1971-1973

ВОПРОСЫ, СВЯЗАННЫЕ С ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ООН В ПЕЧАТИ ГДР В 1971-1973 Г.Г.

Karl-Marx-Universität. Sektion Journalistik, Leipzig 1974 стр. 275

Проблематика ООН на страницах некоторых печатных органов ГДР в период 1971-1973 г.г.

Анализ содержания.

Результаты анализа 26 печатных органов подтверждают разнообразную и всестороннюю трактовку этой проблематики в печати ГДР, также в период, когда ГДР не была еще членом этой организации. Таблицы в общих чертах иллюстрируют количество и объем опубликованных статей, которые рассматриваются по принципу времени их публикации. Статьи расположены по содержательным принципам, которые определяются по следующим факторам: главные цели ООН, выраженные в Уставе /поддерживание мира и доверия во всем мире и развитие дружеских отношений между всеми народами на основе равноправия и права на самоопределение, развитие международного сотрудничества одновременно с решением экономических, социальных, культурных и гуманистических проблем, уважение прав человека и основных свобод, независимо от расы, пола, языка или религии/. Большое внимание уделено отдельным органам ООН: Генеральной Ассамблее, Совету Безопасности, деятельности Генерального секретаря, Совета экономической взаимопомощи, Конференции по вопросам торговли и развития, Совета по опеке и др.

686

German

(Language of the original document)

KEYWORDS:

mass media - impact - argumentation

(date; abstract's author)

R. Möller, Mar. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-80
31-008 Kraków
Poland

●CECOM● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

BLUMENAUER Hartmut, KLIEMANN Vera, KÖNIG Hartmut, SCHULZE Peter, STERZING Peter, THOMAS Karla : Probleme der journalistischen Argumentation. Teil 1

Problems of Journalistic Argumentation. Part 1

Karl-Marx-Universität. Sektion Journalistik, Leipzig 1975 126 pp.

Argumentation and its role in Socialist journalism.

Theoretical reflections referring to journalistic practice.

General reflections concerning argumentation /illustrated by the theme of "the leading role of the working class and its Marxist-Leninist Party in the German Democratic Republic"/. Socialist journalism fulfils its function as a collective agitator, propagandist, and organiser of social development using argumentation.The development of consciousness is manifested in social practice and in the process of the Party's ideological work. As the demands made of ideological activities are continually growing, the effectiveness of impact of the mass media must keep pace with them. The long-term planning of journalistic work and the creation of a fundamental conviction of the leading role of the working class and its Marxist-Leninist Party are possible owing to ideological impact. The results of research on the proficiency of argumentation in journalism /an analysis of 1000 articles/. The elements of argumentation /formulation of the problem, the hypothesis, and arguments/ were present in all of the articles analysed. In all of them also, regardless of their type,there appeared explanatory, interpretative, assessive, and commentative elements. Argumentation is a part of the theory and practice of Socialist journalism, not restricting itself to certain journalistic genres only. For the object is always to discover and describe the relations between individual matters,convince the recipient of them,and encourage him to draw his own practical conclusions as regards himself.

686

немецкий

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - воздействие - аргументация

(Дата; автор абстракта)

3/1976, Р. Мюллер

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-06
Польша

BLUMENAUER Hartmut, KLIEMANN Vera, KÖNIG Hartmut, SCHULZE Peter, STERZING Peter, THOMAS Karla : Probleme der journalistischen Argumentation. Teil 1

Проблемы журналистской аргументации. Часть 1

Karl-Marx-Universität. Sektion Journalistik, Leipzig 1975 стр. 126

Аргументация - ей роль в социалистической журналистике.

Теоретические исследования на базе журналистской практики.

Общие вопросы, связанные с аргументацией /на примере темы "Ведущая роль рабочего класса и его марксистско-ленинской партии в Германской Демократической Республике/. Социалистическая журналистика реализует свою функцию коллективного агитатора, пропагандиста и организатора общественного развития через аргументацию. Развитие сознательности отражается в общественной практике и в процессе идеологической работы партии. Поскольку требования к идеологической работе постоянно растут, должна также постоянно расти результативность воздействия средств информации. При помощи идеологического воздействия можно в течение большого отрезка времени направлять журналистскую деятельность, вырабатывать основные убеждения о ведущей роли рабочего класса и его марксистско-ленинской партии. Во второй части в сжатом виде представлены результаты исследований правильности методов аргументации в публицистике /анализ 1000 статей/. Элементы аргументации /формулировка проблем, тезис, аргументы/ появляются во всех рассматриваемых статьях. Во всех исследуемых публикациях /без учета их вида/ присутствуют объясняющие, интерпретирующие, оценивающие и комментирующие элементы. Аргументация представляет собой содержание и метод социалистической журналистики; она не ограничивается только некоторыми видами публикаций. Речь идет о том, чтобы выявить связи между фактами, убедить читателя и натолкнуть его на практические выводы относительно его собственной деятельности.

687

German

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

journalistic genres - commentary - assessment - argumentation

(date; abstract's author)

R. Möller, Mar. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-46
31-008 Kraków
Poland

●**CECOM**● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

BLUMENAUER Hartmut, STERZING Peter : Probleme der journalistischen Argumentation. Teil 2: Kommentar und Betrachtung

The Problems of Journalistic Argumentation. Part 2: Commentary and Assessment

Karl-Marx-Universität. Sektion Journalistik, Leipzig 1975 167 pp.

The structural elements of journalistic argumentation.

Theoretical reflections.

The general definition of the genres of "commentary" and "assessment"; their close functional relationship. The methods of commentary have been discussed against this background. The method of commentary rests in the illustration and augmentation of facts with other, or their demonstration by "engaged observation" in general associations. This method is in practice effected by the following methods of commentary: a. presentation of the causal relationships between facts, b. use of various types of contrasts, c. text interpretation, d. detailed description of initial facts. Analysis of the individual elements of the structure of journalistic argumentation: the formulation of the problem, the thesis and the argument, and their co-ordination in the text. The search for links between facts, the ability to generalise. The interaction of the elements of argumentation has been presented on the basis of examples of commentary in the methods of deduction, induction and reduction.

687

немецкий

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

журналистские жанры - комментарий - рассуждение - аргументация

(Дата; автор абстракта)

3/1976, Р. Мюллер

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-60
Польша

BLUMENAUER Hartmut, STERZING Peter : Probleme der journalistischen Argumentation. Teil 2: Kommentar und Betrachtung

Проблемы журналистской аргументации. Часть 2: Комментарий и рассуждение

Karl-Marx-Universität. Sektion Journalistik, Leipzig 1975 стр. 16

Элементы структуры журналистского аргументирования.

Теоретические рассуждения, опирающиеся на журналистскую практику.

Общее определение терминов "комментарий" и "рассуждение" - их тесная функциональная связь. На этом фоне рассмотрение основных методов комментирования. Общий метод комментария заключается в том, что факты освещаются другими фактами, либо представляются через "пристрасное наблюдение" в общей связи. Из связи между фактами при определенной постановке проблемы выводится окончательные выводы статьи. Этот общий метод реализуется следующими способами комментирования: а. представлением причинных связей между фактами; б. использованием всякого рода противопоставлений; в. интерпретацией текста; г. детальным описанием вводных фактов. Анализ отдельных элементов структуры журналистского аргументирования: формулирование проблемы, тезис и аргумент, их взаимодействие в тексте. Поиски связей между фактами, умение их обобщения. На основе примерных комментариев показано взаимодействие элементов аргументирования в индуктивном, дедуктивном и редуктивном методах.

688

German

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

journalistic genres - publicistics - theory

(date; abstract's author)

R. Möller, Mar. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ČEREPACHOV M.S. : Probleme der Publizistik
The Problems of Publicistic Journalism

Karl-Marx-Universität. Sektion Journalistik, Leipzig 1975 174 pp.

Selected problems in publicistic journalism.

Theoretical essay.

Socialist journalism is a branch of the ideological work of the Party. "Publicistic journalism is an important form of the manifestation of politics and its operation, the imbuing of the awareness of the masses with political ideas,a form creating inseparable links between the masses, the Party, and the state through the solution of all current urgent business". The essential feature of its object is located in the political interpretation of reality from the point of view of current social objectives. Its function is the organisation of the awareness of the masses, the mobilisation of their initiative and will, and contribution to the fulfilment by each individual worker of his duties to the Socialist society /see: Lenin: "The Press as a Collective Propagator, Agitator, and Organiser"/. "The entire content of publicistic journalism encourages the development of the nobler social and civic virtues in the masses and requires the awareness in the choice of means for the solution of problems currently faced by society". Research methods in publicistic journalism - induction and deduction. These correspond to the two methods of discovering and understanding reality: induction and deduction, journalistic analysis and generalisation must therefore reach the same conclusions.

688

немецкий

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

журналистские жанры - публицистика - теория

(Дата; автор абстракта)

3/1976, Р. Мюллер

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-86
Польша

**ЦЕКОМ** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ČEREPACHOV M.S. : Probleme der Publizistik

Проблемы публицистики

Karl-Marx-Universität. Sektion Journalistik, Leipzig 1975 стр. 174

Некоторые проблемы теории публицистики.

Теоретический доклад.

Социалистическая журналистика является областью идеологической работы партии. "Публицистика является важной формой существования политики и ее функционирования, проведения политических идей в сознание масс, формой создающей неразрывную связь между массами, партией и государством в решении всех насущных задач современности". Существенная черта предмета журналистики состоит в политическом подходе к действительности с точки зрения актуальных общественных задач. Ее функцией является, организация сознательности масс, мобилизация их инициативы и воли, нацеливание каждого работника к добросовестному выполнению своих обязанностей в отношении к социалистическому обществу /ср. Ленин: "Печать как "коллективный пропагандист, агитатор и организатор"/. "Публицистика всем своим содержанием способствует созданию высших государственно-гражданственных черт в широких народных массах и требует сознательного отношения к выбору средств при решении задач, стоящих в данный момент перед обществом". Во второй части автор представляет познавательные методы /конкретные способы, средства и пути получения и обработки фактического материала/ публицистики: индукцию и дедукцию. Оба метода соответствуют двум путям познания действительности. Индукция и дедукция, т.е. публицистический анализ и обобщение должны дополнять друг друга.

689

German

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - history - German Democratic Republic

(date; abstract's author)

R. Müller, Jan. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ERINNERUNGEN SOZIALISTISCHER RUNDFUNKPIONIERS

THE PIONEERS OF SOCIALIST RADIO REMEMBER

Staatliches Kommitee für Rundfunk beim Ministerrat der DDR, Berlin 1975 224 pp.

Thirty years of radio in the German Democratic Republic.

The reminiscences of 33 pioneers of the re-birth of radio in the emerging German Socialist state.

The history of German radio - its revolutionary and antifascist traditions. Presentation of the best revolutionary traditions in German journalism and its continuation on establishment of the German Democratic Republic. Description of the role of radio in the mass media system. Discussion of the role of German radio in the struggle against fascism and the significance of several antifascist radio stations.

689

немецкий

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - история - Германская Демократическая Республика

(Дата; автор абстракта)

1/1976, Р. Мюллер

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-60
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ERINNERUNGEN SOZIALISTISCHER RUNDFUNKPIONIERS

ВОСПОМИНАНИЯ СОЦИАЛИСТИЧЕСКИХ ПИОНЕРОВ РАДИОФОНИИ

Staatliches Komitee für Rundfunk beim Ministerrat der DDR, Berlin 1975 стр. 224

Тридцатилетие радиофонии Германской Демократической Республики.

33 воспоминания пионеров восстановления радиофонии в новом социалистическом немецком обществе.

История немецкого радио - его революционные к антифашистские традиции.Показ лучших революционных традиций журналистики к их продолжение в условиях строительства Германской Демократической Республики. Показ роли радио в системе средств массовой информации и пропаганды. Его роль в период появления нового немецкого государства. Отдельно представлена роль немецкого радио в борьбе против фашизма и значение различных антифашистских радиостанций.

690

German
(Language of the original document)

KEYWORDS:

press - history - Germany - 1871-1900

(date; abstract's author)

U. Grohall, Jan. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

GESCHICHTE DER DEUTSCHEN PRESSE. Lehrbrief 7: Die deutsche Presse in der Periode von 1871 bis zum Ausgang des 19. Jahrhunderts

HISTORY OF THE GERMAN PRESS. Part 7: The German Press in the Period from 1871 to the End of the Nineteenth Century

Karl-Marx-Universität, Sektion Journalistik, Leipzig 1974 105 pp.

The history of the German press from the foundation of the Empire to the end of the nineteenth century.

An essay.

The development of the German press from the foundation of the Empire to the adoption of the decree on the extraordinary law against the German Social Democrats /1871-78/; Bismarck's press policy and the development of State press establishments; corruption in a wide section of the bourgeois press. Description of the "central" and "liberal" press. Persecution of the social democratic press; the establishment of "The People's State" and its orientation to the question of unification of the two workers' parties. Social Democratic press policy after unification. German press in the time of the extraordinary measure /1878-90/, the party press in the "year of confusion", and the "colourless" press of the end of the seventies. The first illegal publications; foundation of "Socialdemokrat", and its importance as the party's chief weapon during the period of the extraordinary measure. Illegal distribution of the newspaper; the newspaper as the organisational centre of the party; methods of agitation; the ideological struggle with Bismarck's demagogy and with the petty-bourgeois elements in the party. An analysis of the press in the nineties. The social democratic press and the discussion in the "Leipziger Volkszeitung", the spokesman of revolutionary Marxism. The bourgeois press in the transition period to Imperialism; the appearance of large, Capitalist publications and of the commercialised press.

690

**немецкий**

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - история - Германия - 1871-1900

(дата; автор абстракта)

1/1976, У. Грохалл

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-88
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

GESCHICHTE DER DEUTSCHEN PRESSE. Lehrbrief 7: Die deutsche Presse in der Periode von 1871 bis zum Ausgang des 19. Jahrhunderts

ИСТОРИЯ НЕМЕЦКОЙ ПЕЧАТИ. Пособие # 7: Немецкая печать с 1871 до конца XIX века

Karl-Marx-Universität. Sektion Journalistik. Leipzig 1974 стр. 105

История немецкой печати с основания императорства до конца XIX в.

Доклад по литературе предмета.

В первой главе рассматривается развитие немецкой печати с основания императорства до Приговора о чрезвычайном положении против немецкой социалдемократии/1871-1878/; печатная политика Бисмарка; расширение государственных печатных организаций; продажность большой части буржуазной печати. Описание печати "центра" и "либеральной" печати. Преследование социалдемократической печати; основание "Национального государства" и его отношение к вопросу объединения рабочих партий; политика социалдемократической печати после объединения. Во второй главе обсуждается немецкая печать в период чрезвычайного положения /1878-90/, партийная печать в "год разброда", "аполитическая" печать конца 70-тых годов. Первые легальные органы, основание газеты "Sozialdemokrat" и его значение как основного орудия борьбы партии в период чрезвычайного положения. Нелегальное распространение газеты; газета как организаторский центр партии; методы агитации, идеологическая борьба с социальной демагогией Бисмарка и с мелкобуржуазными элементами в партии. В III главе анализируется развитие печати в 90-тых годах. Социалдемократическая печать и дискуссии на страницах "Leipziger Volkszeitung" - трибуна революционного марксизма. Буржуазная печать в период перехода к империализму: основание больших капиталистических издательств и также печати объявлений.

691

German

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - history - Germany - untill 1789

(date; abstract's author)

R. Müller, Jan. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-[illegible]
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

BIALOWONS Günter : Geschichte der deutschen Presse von den Anfängen bis 1789
History of the German Press from its Beginnings to 1789

Karl-Marx-Universität, Sektion Journalistik, Leipzig 1975 265 pp.

The main development trends of the German press; German press from its earliest times to the outbreak of the French Revolution.

Essay based on the literature of the subject; a Marxist-Leninist interpretation of the social phenomena linked with the original appearance and development of the press.

Criticism of bourgeois views on the development of the press. The press as an instrument of political strife and as a tool in the class struggle of the developing bourgeoisie. An attempt to deduce the properties and conditions of the development of the press, on the basis of general social development and its characteristics. It is stressed that the press was then already being used to exert a differentialised influence on the citizen and on the development and encouragement of a bourgeois sense of class membership. This led to the appearance of newspapers and magazines intended for a definite readership and to the separate development of a number of different journalistic styles and genres. From its outset journalism was not a phenomenon free of a party, factional nature, and has always operated as the instrument of leadership and comprehension of the ruling class; the subjugation of the progressive press is as old a phenomenon as the press itself.
A Marxist-Leninist assessment of selected titles and personalities in German journalism.

691

**немецкий**

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - история - Германия - до 1789 г.

(Дата; автор абстракта)

1/1976, Р. Моллер

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-68
Польша

BIALOWONS Günter : Geschichte der deutschen Presse von den Anfängen bis 1789
История немецкой печати с её зачатков по 1789 г.

Karl-Marx-Universität. Sektion Journalistik, Leipzig 1975 стр. 265

Существенные направления развития немецкой журналистики; монографическое описание немецкой журналистики с ее зачатков до вспышки французской революции.

Доклад по литературе предмета; марксистско-ленинская интерпретация общественных явлений тесно связанных с зачатками и развитием журналистики.

Критика буржуазных мнений по отношению к развитию и формированию печати. Печать как орудие политической борьбы, орудие классовой борьбы развивающегося мещанства. Попытка на основании общественного развития и его законов а также исторических фактов, определить правильности развития печати. Подчеркивается, что уже тогда печать использовалась в качестве дифференцированного влияния на гражданина и воспитания мещанского классового чувства. Это привело к основании газет и журналов для определенных типов читателей, и выделения разных журналистских стилей и видов. Журналистика с самого начала своего существования не была сверхпартийным явлением, но всегда являлась инструментом руководства и понимания господствующего класса; давление прогрессивной журналистики так старо, как и печать. Всегда существовала тесная взаимосвязь между журналистикой и обществом. Марксистско-ленинская оценка избранных журналов и личностей немецкой журналистики.

693

Slovenian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

international communication - multinational corporations - radio - television - USA - developing countries - neocolonialism

(date; abstract's author)

S. Splichal, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 276-66**
**31-008 Kraków**
**Poland**

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

PAVLIČ Breda : Filmska in televizijska industrija v službi multinacionalnih družb

Film and Television Industry in the Service of Multinational Corporations

Teorija in praksa, 1975 no 8-9 pp. 824-833

The growth of multinational corporations in the Western hemisphere in the economic and communication field, and their impact on the development of communication technology and social communication.

Relation between the authentic development of a society and the implementation of the so-called ideology of modernization /which emphasizes only the importance of technology development as the basic condition of economic and social development/, which is propagated in the underdevelopped countries by mass media especially by films and television programs. This kind of the "external" modernization can even make impossible a real development and independence of developing countries. It is ever possible to speak about so-called neocolonialism of thought, i.e., about a new form of colonialism or exploitation which is performed especially by transmission of basic socio-cultural values of modern industrial-consumer society by the modern mass communication technology to developing countries. United States film and TV production and export, and their monopolistic role in the processes of international communication.

The article is published in the special issue of "Teorija in praksa", dedicated to the problem of multinational and/or transnational corporations in the contemporary world.

69

словенский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

международная коммуникация - многонациональные корпорации - радио - телевидение - США - развивающиеся страны - неоколониализм

(Дата; автор абстракта)

5/1976, С. Сплихаль

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-88
Польша

PAVLIC Breda : Filmska in televizijska industrija v službi multinacionalnih družb

Кинематографическая и телевизионная промышленность служит многонациональным корпорациям

Teorija in praksa, 1975 # 8-9 стр. 824-833

Развитие многонациональных корпораций на западном полушарии в экономической и коммуникационной областях; влияние этих корпораций на развитие общественной технологии коммуникации.

В статье рассматривается отношение между подлинным развитием /прогрессом/ общества и популяризацией т.н. идеологии модернизации /которая подчеркивает только важность технологического развития как основного условия экономического и общественного развития/ распространяемой с помощью средств массовой информации и пропаганды /особенно кинокартин и телепрограмм/ в неразвитых странах. Этот тип "внешней" модернизации может даже сделать невозможным настоящее развитие и независимость развивающихся стран. Можно даже говорить о т.н. неоколониализме мышления - т.е.о новой форме колониализма, который состоит в передаче основных социально-культурных качеств современного промышленно-потребительского общества через современную технологию массовой коммуникации в развивающиеся страны. Автор особое внимание уделяет проблеме производства и экспорта американских фотоматериалов и телематериалов, а также их монополистической роли в процессах международной коммуникации.

Статья опубликовалась в специальном издании журнала "Teorija in praksa" посвященного проблемам многонациональных и сверхнациональных корпораций в современном мире.

694

Croatio-Serbian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass culture - entertaining press - role - recipients - Yugoslavia

(date; abstract's author)

S. Splichal, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-86
31-008 Kraków
Poland

● CECOM ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

PETAK Antun : Zabavna štampa - činilac masovne kulture
Entertaining Press - a Factor of the Mass Culture

Naše teme, 1975 no 11-12 pp. 1501-1604

The entertaining press and its place in the mass culture system.

The entertaininh press is among different kinds of mass media, which develop in the contemporary technological society together with the masses unrealizable aspirations toward an economical abundance and a comfortable life. Entertaining press is a symbol of alienated consumer society; it contributes significantly toward the reproduction of socio-cultural values in the average social consciousness and tends to integrate a highly differenciated antagonistic class society. "The mass society culture" and the role of mass media in propagating and extending it. The factors and effects of the expansion of entertaining press, its social extension in contemporary Yugoslavia, and the characteristics of the public of entertaining press. The position and the suitable content entertaining press should have in the selfgovernmental socialistic society, since the amount of the leisure time will undoubtely grow simultaneously with the general social progress, and entertainment. Entertaining press - but not all kinds of it - will still have an important function in human recreation processes.

694

хорватско-сербский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

массовая культура - развлекательная печать - роль - реципиенты - Югославия

(Дата; автор абстракта)

5/1976, С. Спликаль

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-00
Польша

PETAK Antun : Zabavna štampa - činilac masovne kulture

Развлекательная печать - фактор массовой культуры

Naše teme, 1975 ■ 11-12 стр. 1501-1604

Развлекательная печать и ее место в системе массовой культуры.

Развлекательная печать является одним из типов средств массовой информации и пропаганды, развивающихся в современном технологическом обществе в условиях сильных честолюбивых стремлений масс к достижению экономического благополучия. Итак, развлекательная печать является символом потребительского общества; она в значительной степени способствует возобновлению общественно-культурных качеств в сознании заурядного человека, члена данного общества, и стремится к сплочению сильно дифференцированного, антагонистического классового общества. Теоретические рассуждения автора относятся к "культуре в массовом обществе" и к роли средств массовой информации и пропаганды в развитии и популяризации этой культуры. Анализируются также факторы и результаты экспансии развлекательной печати; общественный предел действия этой печати в современной Югославии; особенности реципиентов развлекательной печати. В заключении автор пытается определить место и содержание развлекательной печати в будущем. Учитывая факт, что количество свободного времени будет повышаться наравне с общим социальным процессом, развлечение и некоторые типы развлекательной печати будут все выполнять важную функцию в процессе отдыха.

695

Slovenian

(Language of the original document)

KEYWORDS:

radio - television - sources of information - news selection - preferences

(date: abstract's author)

S. Splichal, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Glówny 23; tel.: 276-86
31-008 Kraków
Poland

● CECOM ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

SPLICHAL Slavko : Pretok sporočil na radiu in televiziji
Information Flow in Radio and Television

Služba za študij programa RTV Ljubljana, 1976 80 pp.

The selection criteria for radio and television information.

Content analysis of radio and television information programs.

Over 9.000 messages, received by radio and television during one week from various sources, were analysed and compared with the messages, transmitted in information programmes in the same period. No significant differences between radio and television news selection were found; in both media editors use in the programs about 30-35 percents of received messages. On the next stage of research, preferences of editors toward various sources of news /such as news agencies etc./, subject of international relations and internal affairs /e.g., state, political organizations/, fields of human affairs or events /e.g., politics, economics, culture etc./ and toward various types of news /especially information vs. interpretative news/ were analysed in more detail. In addition to data indicating the intensity of selection of various kinds of news /e.g., with regard to sources, subjects etc./, "editors' preferences" were operationalized by five more variables. Two factors were revealed from six variables as dominant in the information processing in radio and television /factor analysis was performed/: firstly, a time-technical factor, which denotes technical requirements and time-pressure in both electronic media, and secondly, an evaluative factor, which indicates the importance of evaluative criteria by news selection and processing.

First analysis of this kind in Yugoslavia.

695

словенский

*(язык подлинника)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - телевидение - источники информации - отбор знаний - предпочтения

*(Дата; автор абстракта)*

5/1976, С. Сплихаль

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

SPLICHAL Slavko : Pretok sporočil na radiu in televiziji

Проток информаций в радио и на телевидении

Služba za študij programa RTV Ljubljana, 1976 стр. 80

Критерии отбора новостей на радио и телевидении.

Анализ содержания информационного сервиса и програм реализованных на радио и телевидении.

Анализировались 9000 передач транслированных по радио и телевидении в течение недели из разных истоков; эти передачи сопоставлялись с передачами транслированными в то же самое время в информационных программах. Установлено, что нет никаких существенных различий между отбором новостей на радио и телевидении - около 30-35% поступаемых материалов использовалось так в теле- как и в радиопрограммах. Следовательно анализировались предпочтения редакторов, касающиеся разных истоков информаций /нп., информационных агентств/, тем, относящихся к международным отношениям и внутренним делам /нп. государственные дела, дела политических организаций/, к человеческой жизни и событиям /политика- экономика, культура итп./, взаимоотношениям между информацией и интерпретационной новостью.Кроме определения интенсивности отбора разных типов новостей /нп. по отношению к источникам, темам итп./ анализируются также предпочтения редакторов при помощи дальнейших пяти переменяющихся факторов. Среди применеых факторов два из них выделяются как преобладающие в процессе отбора и разработки информаций на радио и телевидении. К ним принадлежат: временно-технический фактор, определяющий технические требования и временные ограничения в электронических массовых средствах; и оценивающий фактор, который определяет важность критериев благодаря отбору и разработке новостей.

696

Slovenian

(Language of the original document)

**KEYWORDS**:

source of information - mass media - interpersonal communication - impact - Slovenia

(date; abstract's author)

S. Splichal, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 278-08
31-008 Kraków
Poland

MARTELANC Tomo : Informativna vplivnost slovenskih mnozicnih obcil

Impact of Mass Information in Slovenia

Teorija in praksa, 1975 no 4-5 pp. 465-476

The role of the mass media in Slovenia.

Research report.

The author discusses some of the results of public opinion research in Slovenia in the year 1973, related to the effectiveness of national mass media. The following questions were selected from questionnaire to denote informaton impact: 1. By which medium are Slovenian people informed mostly? 2. Through which channel /interpersonal and mass media/ are the recipients informed about the most important events? and 3. by which socio-economical variables is the people s information seeking determined? From the point of view of people's information gathering, the most effective medium, regardless of the importance or the nature of event, is television, radio - in the second place, and daily newspapers - in the third, while interpersonal communication has very limited importance.

696

словенский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

источники информации - средства массовой информации и пропаганды - межличная коммуникация - воздействие - Словения

(Дата; автор абстракта)

5/1976, С. Сплихаль

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

MARTELANC Tomo : Informativna vplivnost slovenskih množičnih občil

Влияние массовой информации в Словении

Teorija in praksa, 1975 № 4-5 стр. 465-476

Роль средств массовой информации и пропаганды в Словении.

Отчет по исследованиям общественного мнения, проведенным в Словении в 1973г.

Для того, чтобы определить влияние информации, из вопросника были выделены три вопроса: 1/какое из средств массовой информации и пропаганды доставляет реципиентам в Словении больше всего информаций; 2/ каким образом /благодаря чему - интерперсональному каналу информации или же благодаря средствам массовой информации/ реципиенты узнают о важнейших событиях; 3/ которые из изменяющихся общественно-экономических факторов определяют поиски информации. С точки зрения восприятия информации, наиболее эффективным средством, независимо от важности или качества события, несоменно является телевидение, радио занимает второе место, газеты - последнее. Межличная коммуникация имеет очень ограниченное значение.

700

Slovenian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

international communication - Capitalist countries - non-aligned countries - communication policy

(date; abstract's author)

S. Splichal, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-08
31-008 Kraków
Poland

SPLICHAL Slavko : Neuvrščenost kot komunikacijska politika
Nonalignment as Communication Policy

Delo, March 27th, p. 21

The role of the communication processes in the contemporary world.

Theoretical essay.

The antagonistic nature of international communication which, on the one hand, represents an essential element in the increasing integration of the contemporary world and, on the other hand, serves as an instrument of increasing the antagonisms in the world. Instrument of political, economical and cultural violence upon man and whole nations. Analysing disintegration characteristics of the dominantly one-way communication between developped capitalistic countries and nonaligned countries, he groups them in four elements: 1. the ideology of ethnocentrism of developped capitalistic states of West Europe and North America, 2. the ideology of homogeneous culture and escapism, 3. the consumer ideology, and 4. the ideology of "counter-propaganda". In the continuation some practical possibilities and limitations of solving the one-sideness of international communication processes are discussed.

700

словенский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

международная коммуникация - капиталистические страны - неприсоединившиеся страны - политика коммуникации

(Дата; автор абстракта)

5/1976, С. Сплихаль

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-88
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

SPLICHAL Slavko : Neuvrščenost kot komunikacijska politika

Неприсоединение как политика коммуникации

Delo, 1976 27 марта стр. 21

Роль процессов коммуникации в современном мире.

Публицистическая статья.

Во вступительной части своих рассуждений автор напоминает обще известную правду:об антагонистическом характере международной коммуникации; с одной стороны она составляет необходимый элемент в повышающемся сплочении современного мира, с другой стороны-она служит орудием углубления антагонизмов в мире, орудием политического экономического и культурного насилия по отношению к человеку, и даже к целым нациям. Анализируя особенности дезинтеграции - в преобладающей степени односторонной коммуникации между развитыми капиталистическими странами и неприсоединившимися странами - автор разделяет их на четыре основных элемента: 1. идеология этноцентризма развитых стран Западной Европы и Седерной Америки; 2. идеология однородной культуры эскапизма; 3. потребительская идеология; 4. идеология "анти-пропаганды". В дальнейшей части статьи рассматриваются некоторые практические возможности ограничения или уничтожения односторонности процессов международной коммуникации.

702

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

youth press - "Narodna Mladezh" - readers - opinions - suggestions - Bulgaria

(date; abstract's author)

Z. Raikov, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-06
31-008 Kraków
Poland

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ГОСПОДИНОВА Димитрина : Читателската аудитория на вестник "Народна младеж"

GOSPODINOVA Dimitrina : The Readership of the Newspaper "Narodna Mladezh"

Социологически ескизы, София 1975 pp. 28-35

The readers of "Narodna Mladezh".

Review of results of a readership survey.

The newspaper "Narodna Mladezh" has a firmly established position within the life of Bulgarian society; it is a first-rate source of information on the life of Bulgarian youth. Research on its readership shows that radio and television have not diminished the demand for it. If this paper is not available, its regular reader resorts to other means for his information, but nevertheless his emotional ties with the newspaper remain unimpaired. The chief criticism of the newspapers and reason given for not reading it is the publication by the paper of news presented already in other newspapers. The readers wished a larger number of regular columns, an increased size, and greater differentiation of the various journalistic styles used in the newspaper, and also the edition of holiday numbers on non-working days.

The subject has been treated previously.

702

болгарский

*(язык подлинника)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

молодежная печать - "Народна младеж" - читатели - мнения - требования - Болгария

*(Дата; автор абстракта)*

5/1976, Здр. Райков

**ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР**
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

ГОСПОДИНОВА Димитрина : Читателската аудитория на вестник "Народна младеж"

Читательская аудитория газеты "Народна младеж"

Социологически ексkизи, София 1975 стр. 28-35

Читатели газеты "Народна младеж" - мнения и требования.

Анализ результатов читательского опроса.

Газета "Народна младеж" имеет устойчивое место в социальной жизни. Она является предпочитаемым информационным источником для знакомства с молодежными проблемами. Исследование читательской аудитории газеты показывает, что потребность в газете не снижается из-за телевидения и радио. Если газета не выходит, то ее "стандартный" читатель будет удовлетворять свои потребности в информации из других источников, но все таки эмоционально он будет связан с газетой. Самая главная причина для нечтения газеты - это дублирование информаций из других газет. Читатели требуют увеличения числа очерков в газете, а также праздничного издания газеты в свободные дни.

Многократная разработка; популяризация.

703

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

youth press - "Narodna mladezh" - readers - opinions - conditions - Bulgaria

(date; abstract's author)

Z. Raikov, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 270-66
31-008 Kraków
Poland

●**CECOM**● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ДАКОВА Евгения : Младият читател - с активна социална мисъл

DAKOVA Evgeniya : A Young Reader Active in Welfare Work

Социологически ескизи, София 1975 pp. 36-43

The readers of "Narodna mladezh" - opinions and what conditions them.

An analysis of the results of research conducted among the youth./N=2054/

"Narodna mladezh" as a social and political paper is the top second in respect of circulation in Bulgaria following the daily "Robotnichesko delo"."Narodna mladezh" is read by 80,58% of the young people examined in the course of the research /girls and boys/. The relation to the paper depends first of all on readers active participation in social life and on the topicality and genuineness of the publications, on the confidence the young readers put in their paper and also on the individual features of the young readers.

The subject has been treated previously,

703

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

молодежная печать - "Народна младеж" - читатели - мнения - условия - Болгария

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Здр. Райков

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-80
Польша

▪ **ЦЕКОМ** ▪ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ДАКОВА Евгения : Младият читател - с активна социална мисъл
Молодой читатель с активной социальной мыслью

Социологически ескизи, София 1975 стр. 36-43

Читатели газеты "Народна младеж" - мнения и их условия.

Анализ результатов читательского опроса проведенного среди молодежи /н=2054/.

Газета "Народна младеж" как общественно-политическое издание занимает второе место по своему тиражу после газеты "Работническо дело", т.е. это одна из самых популярных газет в Болгарии. Газета "Народна младеж" читается 80,58% из исследованных молодых людей /юношей и девушек/. Отношение к газете, как показывает исследование, прежде всего зависит от актуальности, правдивости его публикаций, от доверия, которое молодые читатели оказывают своей газете с одной стороны, и - с другой - от личных качеств молодого читателя, прежде всего от его активного участия в социальной жизни общества.

Многократная разработка; популяризация.

706

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - audience - research - Bulgaria

(date; abstract's author)

M. Mollova, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 270-66
31-008 Kraków
Poland

БОНЕВ Христо : Информационните сфери на аудиторията

BONEV Khristo : Information and the Recipients

Български журналист, 1974 no 1 pp. 29-32

The importance of sociological studies on the mass media.

Article.

The specifics, effectiveness, and range of impact of the various mass media; the subject and object in the ideological process and the positions of the press, radio, and television in this process. The problems of feed-back in the mass media, and its chief trends. The differentiation of the recipients. Description of the readership types of the individual Bulgarian publications, and of the audiences of Bulgarian radio and television. Examples from research carried out in Bulgaria and the assessment of their importance.

706

болгарский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - аудитория - исследования - Болгария

(Дата; автор абстракта)

5/1976, И. Моллова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Средневропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

БОНЕВ Христо : Информационните сфери на аудиторията

Информационные сферы аудитории

Български журналист, 1974 № 1 стр. 29-32

Значение социологических исследований в области средств массовой информации и пропаганды.

Статья.

Специфика, эффективность и область воздействия различных средств массовой информации и пропаганды; предмет и объект в общем идеологическом процессе и место, которое занимает в нем пресса, радио и телевидение. Проблем обратной связи средств массовой информации и пропаганды и аудитории, главные тенденции этой связи. Отдельные составные части аудитории и факторы, которые на них влияют. Характеристика реципиентов отдельных журналов в Болгарии, а также аудитории радио и телевидения. Конкретные примеры из проведенных в Болгарии исследований и определение их значения.

707

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

periodicals - lay-out

(date; abstract's author)

M. Mollova, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-88
31-008 Kraków
Poland

ГЕОРГИЕВ Димитър : Графична архитектура на съвременното списание. Състояние, тенденции, проблеми

GEORGIEV Dimitar : The Graphical Layout of the Modern Periodical: Present State, Tendencies, Problems

Наука и изкуство, София 1974 pp. 123-166

The graphical layout of the modern periodical.

Essay.

The dominant trends in the graphical appearance of periodicals, and existing problems which have to be tackled by specialist. The relationship between the layout of a publication and its typological characteristics. Classification of publications according to the criteria of periodicity, subject-matter, and recipients. The distinction and description of types of publication according to the relationship between the text and the illustrations /treating this as a highly significant criterion for the layout of the publication/ in the following groups: textual,textual-illustrated, and illustrated publications. The layout of the modern publication should correspond to its typological characteristics, and its individual elements should be organically interrelated. The role of the artist in the creation of the publication's graphical appearance, the necessity of stylistic unity of the graphical elements in the individual volumes and numbers, and the significance of compositional trickr and a main theme in the illustrations. The dynamics of development and its trends in the layout of a publication. Detailed analysis of individual components of a publication's layout and the objectives they are to fulfill. Future prospects and development trends in the technical aspects of layout.

707

болгарский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

журналы - графическое оформление

(Дата; автор абстракта)

5/1976, М. Моллова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-88
Польша

ГЕОРГИЕВ Димитър : Графична архитектура на съвременното списание. Състояние, тенденции, проблеми

Графическое оформление современного журнала. Состояние, тенденции, проблемы

Журналистика, Наука и изкуство, София 1974 стр. 123-166

Графическое оформление современного журнала.

Доклад.

Главные тенденции графического оформления журналов, актуальные проблемы, которые должны стать предметом изучения специалистов. Связь между графикой и типологической характеристикой журнала. Классификация журналов, используя критерии периодичности, тематики и читателя. Выбор и характеристика видов журналов по критерию отношения между текстом и иллюстрацией /как критерию имеющему существенное значение для графического оформления журнала/: текстовые иллюстрационно-текстовые и иллюстрированные. Графика современного журнала должна соответствовать его типологическим особенностям, а ее отдельные элементы должны быть органически связаны между собой. Роль художника в формировании графики журнала, необходимость стилистического единства элементов графики в отдельных номерах и томах, значение композиционных приемов и ведущей роли иллюстрации. Динамика развития и тенденции формирования графики журналов. Детальный анализ отдельных компонентов системы оформления журнала и требования, которым они должны отвечать. Перспективы и тенденции развития художественной и технической сторон оформления журнала.

706

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

periodicals - Bulgaria

(date; abstract's author)

M. Mollova, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

ПРОБЛЕМИ НА СПИСАНИЯТА

THE PROBLEMS OF THE PERIODICALS

Български журналист 1974 no 1 pp. 11-20, no 3 pp. 19-22

The state and current problems of Bulgarian periodicals, their role and tasks.

The characteristic features of periodicals as the mass medium, the specificity of the journalistic workshop and profession. The organisation and forms of editorial work, the subject matter, the lay-out, typography. The statute, the collective structure of the staff, its state and tasks, the work of the editorial board. The specificity and tasks of periodicals as distinguished from other mass media, the possibility for their cooperation.

708

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

журналы - Болгария

(Дата; автор абстракта)

5/1976, М. Моллова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ПРОБЛЕМИ НА СПИСАНИЯТА

ПРОБЛЕМЫ ЖУРНАЛОВ

Български журналист, 1974 # 1 стр. 11-20, # 3 стр. 19-22

Состояние и актуальные проблемы функционирования болгарских журналов, их роль и задачи.

Характерные черты журналов как средства массовой информации и пропаганды, специфика журналистской работы и ей возможности. Организация и формы редакционной работы, тематика, графическое оформление и полиграфические проблемы. Общественное положение, организационная структура редакций, состояние и задачи кадровой политики, работа редакционных коллегий. Специфика и задачи журналов и отличие от других средств массовой информации и пропаганды, возможности для их взаимодействия.

709

Bulgarian

*(Language of the original document)*

**KEYWORDS:**

journalistic genres - publicism

АБАЗОВ Тодор : Публицистика и критика

ABAZOV Todor : Publicism and Criticism

Български писател, София 1974 211 pp.

The place, role, tasks and current problems of publicism.

The idea of publicism and journalism, their specificity and essence. The publicism in mass media, the low standard of some programs and publications, their dulness and mediocrity. Good publicism should be characterised by: political orientation, sharpness of opinions, author's personal engagement, inspiration. The importance and power of the influence of publicism on the example of famous journalists. The publicism should be the subject of interest, criticism and theoretical research in a greater degree than up till now.

*(date; abstract's author)*

M. Mollova, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

709

болгарский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

журналистские жанры - публицистика

(Дата; автор абстракта)

5/1976, М. Моллова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-06
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

АБАЗОВ Тодор : Публицистика и критика

Публицистика и критика

Български писател, София 1974 стр. 211

Место, роль, задачи и актуальные проблемы публицистики.

Понятие публицистики и журналистики; их особый характер и сущность.

Публицистика в средствах массовой информации и пропаганды; низкий уровень некоторых публикаций и программ, их "заурядность". Хорошая публицистика должна отличаться политической ориентацией, остротой мыслей, увлечением автора, инспирацией. Значение и сила воздействия публицистики на примере творчества крупных мировых и болгарских публицистов. Публицистика должна в большей чем до сих пор степени, стать объектом интереса, критических замечаний и теоретических исследований.

710

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - role - education - youth

(date; abstract's author)

M. Mollova, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-88
31-008 Kraków
Poland

**•CECOM•** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

АРАБАДЖИЕВ Генчо : Печатът, телевизията, радиото - в битката за младежта

ARABADZHIEV Gencho : The Press, Radio, and Television in the Struggle for the Youth

Младеж 1974 no 2-3 pp. 47-49, no 4 pp. 41-42

The role of the mass media in the education of youth.

Article.

The press, radio, and television as the main channels of mass influence on the youth. Criticism of bourgeois theories on youth and the mass media. Differentiation, specialisation and co-operation of the press, radio, and television and the significance of these processes in the utilisation of all possible forms of communication with juvenile recipients, bearing in mind their age, psychological characteristics, subject preferences and interests. Factors influencing the effectiveness of ideological and educative work on behalf of youth. The role of the Marxist-Leninist approach in the preparation of programs and publications for young people, and of their suitably high standard of journalism. The struggle against bourgeois ideological subversion and the necessity of differentiating the methods of countering it at its various stages.

710

болгарский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - роль - воспитание - молодежь

(Дата; автор абстракта)

5/1976, М. Моллова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-000 Краков, тел.: 276-00
Польша

АРАБАДЖИЕВ Генчо : Печатът, телевизията, радиото - в битката за младежта

Пресса, телевидение и радио в борьбе за молодежь

Младеж, 1974 № 2-3 стр. 47-49, № 4 стр. 41-42

Роль средств массовой информации и пропаганды в воспитании молодежи.

Статья.

Пресса, радио и телевидение как главные каналы массового воздействия в общей работе по политическому воспитанию молодежи. Критика буржуазных теорий относительно молодежи и средств массовой информации и пропаганды. Различный подход, специализация и сотрудничество прессы, радио и телевидения, значение этих процессов для использования всех форм связи с молодежной аудиторией с учетом возраста, психических особенностей, популярных тем и интересов. Факторы, влияющие на результативность идейно-воспитательной работы с молодежью. Роль марксистско-ленинского подхода в разработке програмем и публикаций предназначенных для молодежи, их соответствующий /высокий/ журналистский уровень. Борьба с буржуазной диверсией и необхожимость изменения методов борьбы против них на отдельных этапах. Требования,которые стоят перед молодыми журналистами. Данные о современной молодежной прессе в Болгарии.

712

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass culture - ideology - theory - capitalism

(date; abstract's author)

M. Mollova, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

"МАСОВА КУЛЬТУРА" И ИДЕОЛОГИЯ

"MASS CULTURE" AND IDEOLOGY

Партиздат, София, 1974 302 pp.

The features and aims of contemporary bourgeois "mass culture".

Theoretical essay.

An attempt at an integral presentation of the nature and problems of modern bourgeois "mass culture". Criticism of bourgeois theories. The social foundation, functions, forms and appearance of bourgeois "mass culture", and its connection with ideology; "the aesthetics of mass culture". The question of leisure time and "mass culture" in the conditions of capitalist production relations, the subversive method of dissemination of bourgeois "mass culture"; its alienation from real national culture. The differences between genuine national art and "mass culture" as an instrument of bourgeois ideology in the struggle to stop political involvement of the masses. The role of the mass media in the popularisation of "mass culture".

712

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

массовая культура - идеология - теория - капитализм

(Дата; автор абстракта)

5/1976, М. Моллова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-06
Польша

"МАСОВА КУЛТУРА" И ИДЕОЛОГИЯ

"МАССОВАЯ КУЛЬТУРА" И ИДЕОЛОГИЯ

Партиздат, София 1974 стр. 302

Особенности и цели современной буржуазной "массовой культуры".

Теоретический доклад.

Попытка общего представления сущности и проблем современной буржуазной "массовой культуры", критика буржуазных теорий. Общественная платформа, функции, формы и обрьз буржуазной "массовой культуры", ее связь с идеологией, "эстетика массовой культуры". Вопросы свободного времени и "массовой культуры" в условиях капиталистических производственных отношений, диверсионный способ распространения буржуазной "массовой культуры", ее отличие от настоящей народной культуры. Разница между настоящим народным искусством и "массовой культурой" как средством буржуазной идеологии в борьбе за уменьшение политической активности широких масс. Роль средств массовой информации и пропаганды в распространении "массовой культуры".

713

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - distribution - organisation - Bulgaria

(date; abstract's author)

M. Mollova, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

• CECOM • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ВИКТОРОВ Иван : Усъвършенствуване на системата за разпространение на печата

VIKTOROV Ivan : The Improvement of the System of Press Distribution

Журналистика, Наука и изкуство, София 1974 pp. 184-203

The organisation of the press distribution in Bulgaria.

An article; a presentation of the conception of distribution of press elaborated by the Union of Bulgarian Journalists and the Information and Communication Ministry.

The condition for the possibly most quick and qualitatively best distribution of Bulgarian and foreign periodicals and dailies /in the capital and in the whole country/ is the establishement of an unfailing firm engaged in the distribution of press and finding of new reserves for the improvement of the process of distribution. An analytical presentation, with examples and data from practice, of the system of press distribution in Bulgaria and its main drawbacks; the factors conditioning the promptness of distribution: punctuality in printing and delivering for dispatch. Propositions of solutions. Problems appearing on the consecutive stages of the process of distribution: dispatch, transportation, delivery. A structural and functional pattern of the press distribution system.

713

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - распространение - организация - Болгария

(Дата; автор абстракта)

5/1976, М. Моллова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ВИКТОРОВ Иван : Усъвършенствуване на системата за разпространение на печата

Усовершенствование системы распространения печати

Журналистика, Наука и изкуство, София 1974 стр. 184-203

Организация распространения печати в Болгарии.

Статья; представление разработанной Союзом болгарских журналистов и работниками Министерства информации и коммуникации концепции распространения печати.

Быстрейшее и качественно самое хорошее распространение болгарских и зарубежных журналов и газет /в столице и на территории страны/ обусловляется основанием рационального надежно функционирующего предприятия, занимающегося распространением печати, использование резерв для улучшения целого процесса распространения печати. Аналитическое с приведенными примерами и данными из практики, представление системы распространения печати в Болгарии и основные недостатки этой системы; факторы обусловляющие быстроту распространения, пунктуальность печатания газет и передачи их в распространение. Предложения конкретных решений. Проблемы выступающие в отдельных этапах всего технологического процесса распространения; отправления, перевоза и доставки. Структурная и функциональная схема системы распространения печати.

716

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - press documentation - development - Bulgaria

(date; abstract's author)

M. Mollova, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

БОРШУКОВ Георги : Журналистическата документация - важен, но пренебрегнат фактор за ефективността

BORSHUKOV Georgi : Press Documentation as an Important but Underestimated Factor of Effectiveness

Журналистика, Наука и изкуство, София 1974 pp. 108-120

The importance and development of press documentation in Bulgaria.

An essay.

The press documentation as an essential means of increasing the power of influence of the mass media through the reliability of facts and efficiently conveyed data. Examples of activities in the field of documentation abroad, the state and development of documentation in Bulgaria. Conclusions and practical recommendations: a better material and technical basis should be created, scientific methods of work should be applied, documentation should be widely used in the everyday work of the editorial staffs, an university training should be organized for the documentation officers, the organisational system of work of editorial documentation departments should be studied. This system should be based on scientific prognosis for future development, on hitherto experiences and practice, on the scientifically prepared classification patterns which will allow in the future to mechanize and automatize the documentational work.

716

болгарский

([illegible])

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - печатная документация - развитие - Болгария

(Дата; автор абстракта)

5/1976, М. Моллова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

БОРДУКОВ Георги : Журналистическата документация - важен, но пренебрегнат фактор за ефективността

Печатная документация - важный но пренебрегаемый фактор эффективности

Журналистика, Наука и изкуство, София 1974 стр. 108-120

Значение и развитие печатной документации в Болгарии.

Доклад.

Печатная документация как существенное средство увеличения силы воздействия средств массовой информации и пропаганды через точность фактов и данных, передаваемых оперативно. Примеры документационной деятельности за границей, положение и развитие документации в Болгарии. Предложения и практические положения: создать более хорошую материальную и техническую базу, возбуждать к научным методам работы, претворить документацию в метод в повседневной работе редакции, организация университетского обучения документалистов, проведение организационных исследований работы редакционных отделов документации, которые должны основываться на научных перспективах будущего развития, а также на опытах и практике, на научно разработанных схемах классификации, которые в будущем сделают возможным механизацию и автоматизацию документационной деятельности.

718

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

communication system - mass media - integration - co-operation - Bulgaria

(date; abstract's author)

M. Mollova, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23, tel.: [illegible]
31-008 Kraków
Poland

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

СИМЕОНОВ Владимир : Диференциацията на информационните канали - предпоставки за интеграция

SIMEONOV Vladimir : The Differentiation of the Channels of Information - the Basis of Integration

Журналистика, Наука и изкуство, София 1974 pp. 40-54

The differentiation of the various mass media as an essential condition for their integration and co-operation.

Essay.

The scientific organisation of the mass media should be based on a systematic approach. Nature of such a systematic approach to the press, radio and television and conditions for its practical application; analysis of its components and external functional relationships; systematisation and regulation of mutual relations with other systems of information existing in society, and their integrational properties. The individual components of the mass media system, their general characteristic features and specific features, the complexity of their relationships, interdependence, and mutual impact. Description of the system of the press, radio, and television. The specifics of the channels of information, and of individual media and publications: their functions "on their home ground", the nature of their recipients, the type, level, and tendencies of the transmitted informations etc. The problems of the structure of the Bulgarian press.

718

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

система коммуникации - средства массовой информации и пропаганды - сплочение - взаимодействие - Болгария

(Дата; автор абстракта)

5/1976, М. Моллова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-80
Польша

■ ЦЕКОМ ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

СИМЕОНОВ Владимир : Диференциацията на информационните канали - предпоставки за интеграция

Дифференциация информационных каналов - предпосылки интеграции

Журналистика, Наука и изкуство, София 1974 стр. 40-54

Дифференциация отдельных средств массовой информации и пропаганды - необходимое условие интеграции и взаимодействия.

Доклад.

Научная организация средств массовой информации и пропаганды должна основываться на системном подходе к этим средствам. Сущность системного подхода к печати, телевидению, радио; условия реализации этого подхода; анализ компонентов и внутренних функциональных связей, систематизация и приведение в порядок взаимосвязей с другими информационными системами в обществе, их интеграционные свойства. Отдельные компоненты системы средств массовой информации, их общие особенности, и особые свойства, сложность их связей и взаимозависимостей, их взаимодействие. Определение системы печати, радио и телевидения. Особенности информационных каналов, отдельных средств и издательств: их функции на "своей территории", природа аудитории, тип, уровень и направления передаваемых информаций и др. Проблемы структуры печати в Болгарии.

719

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

photo journalism - press photography - function

(date; abstract's author)

M. Mollova, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

ТОДОРОВ Божан : Фотожурналистическо изображение - същност и структура

TODOROV Bozhan : Journalistic Pnotography - Essence and Structure

Журналистика, Наука и изкуство, София 1974 pp. 167-183

The essence of journalistic photography.

Essay based on the literature of the subject.

The character of photo journalism in the light of the principles of socialistic work and the qualitative and quantitative development of the picture forms of mass communication. The characterization of journalistic photography as a medium of communication; its communicative functions, social factors determining its role; photography as the main medium of visual mass communication. The specificity of press photography as a form of journalistic creativity as distinguished from artistic photography. Opposition to the Western thesis concerning the "visual civilisation". The thematic formal and stylistic features of photo journalism that, according to the author's opinion, differentiate it from photography and thanks to which photo journalism fulfils its functions and tasks in socialist press.

719

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

фотожурналистика - фотография в печати - функции

(Дата; автор абстракта)

5/1976, М. Моллова

**ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР**
**Рынэк Гл. 23**
**31-008 Краков, тел.: 270-66**
**Польша**

**▪ ЦЕКОМ ▪** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ТОДОРОВ Божан : Фотожурналистическо изображение - същност и структура

Фотожурналистическое изображение - сущность и структура

Журналистика, Наука и изкуство, София 1974 стр. 167-183

Сущность фотожурналистского изображения.

Доклад по литературе предмета.

Фотожурналистское творчество в свете принципов социалистической печати а также количественного и качественного развития изобразительных форм массовой коммуникации. Характеристика фотожурналистского изображения как средства массовой информации и пропаганды; его коммуникативные функции, общественные факторы определяющие его роль; фотография как основное визуальное средство массовой информации и пропаганды. Особый характер прессовой фотографии как проявление журналистского творчества в различии от художественной фотографии. Противопоставление западному тезису относительно "визуальной цивилизации". Содержательные и формально-стилистические черты фотожурналистского творчества, которое, по мнению автора,отличает его от фотографии, и бдагодаря которым оно осуществляет свои функции и задачи в социалистической печати.

721

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - role - mass media system - social information - social management

(date; abstract's author)

M. Mollova, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

СИМЕОНОВ Владимир : Средствата за масова информация и социалното управление

SIMEONOV Vladimir : The Mass Media and the Management of Society

Наука и изкуство, София 1975 182 pp.

The theoretical and practical problems associated with the role and position of the mass media in the management of a Socialist society.

The connection between the mass media and the management of society, as a homogeneous system, in the light of the theory of social management. The model of an informational, functional, and organisational structure of a unified system of the mass media. Methods for the improvement of its internal functional relationships and of the individual components at the present stage. Mass information and journalistic news in the framework of social management. Analysis of the particular features of the social information transmitted by the press, radio, and television and the opportunities for its improvement. The problems of impact of the mass media on their recipients, co-operation of the individual channels of information. Significance of informational feed-back; organisational model.

721

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - роль - система средств массовой информации и пропаганды - социальная информация - общественное управление

(Дата; автор абстракта)

5/1976, И. Моллова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

СИМЕОНОВ Владимир : Средствата за масова информация и социалното управление

Средства массовой информации и пропаганды и социальное управление

Наука и изкуство, София 1975 стр. 182

Теоретические и практические проблемы связанные с ролью и местом средств массовой информации и пропаганды в социалистическом управлении обществом.

Монография.

Связь между средствами массовой информации и пропаганды и социальным управлением как единой системой в духе теории социального управления. Модель информационной, функциональной и организационной структуры единой системы средств массовой информации и пропаганды. Методы совершенствования ее внутренних функциональных связей и отдельных компонентов на настоящем этапе. Массовая и журналистская информация в аспекте социального управления. Анализ свойств общественной информации передаваемой по радио и телевидению; возможности ее совершенствования. Проблемы воздействия средств массовой информации и пропаганды на аудиторию, взаимодействие отдельных информационных каналов. Значение информационной обратной связи; модель организации.

722

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

journalism - development - Bulgaria

(date; abstract's author)

M. Mollova, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

●**CECOM**● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

БОКОВ Георгий : Между два конгреса

BOKOV Georgi : Between Two Congresses

Наука и изкуство, София 1975 234 pp.

The current problems in contemporary Bulgarian journalism and its development in the period between the Tenth and Eleventh Congresses of the Bulgarian Communist Party.

Organisation, theory and practice, international activities, and creative achievements of Bulgarian journalism in the inter-congress period, and their role in the structuring of the spirit of contemporary Bulgarian society. The historical significance of the resolution of the 10th Party Congress, and of the July, October, and February plenary sessions of the Central Committee to Bulgarian journalism. The opportunities for the most effective solutions of the organisational and creative problems of Bulgarian journalism to facilitate rapid and creative realisation of the tasks.

722

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

журналистика - развитие
- Болгария

(Дата; автор абстракта)

5/1976, М. Моллова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

БОКОВ Георги : Между два конгреса
Между двумя съездами

Наука и изкуство, София 1975 стр. 234

Актуальные проблемы современной болгарской журналистики и ее развитие в период между X и XI съездами Болгарской коммунистической партии.

Организация, теория и практика, международная деятельность, творческие достижения болгарской журналистики между двумя съездами партии, их роль в формировании духовного облика современного общества. Значение исторических решений X съезда, июльского, октябрьского и февральского пленумов Центрального Комитета БКП для болгарской журналистики. Задачи журналистики по борьбе с идеологической диверсией. Возможности наиболее успешного решения организационно-творческих проблем болгарской журналистики для наиболее быстрой творческой реализации стоящих перед нею задач.

729

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

journalistic genres - political commentary

(date; abstract's author)

M. Mollova, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 278-66**
**31-008 Kraków**
**Poland**

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

РАЧЕВ Никола : Коментарът на вътрешни теми

RACHEV Nikola : A Commentary on Home Affairs

Български журналист, 1975 no 9 pp. 13-16

Political commentary on home affairs.

Article.

The factors influencing the evaluation and the hitherto development of the commentary; the actual state and the future ways of utilisation of commentary; the importance and the need for a political commentary on the country's home affairs. The idea and the aim of commentary - to inform abcut the current events, phenomena, processes, tendencies and laws of the social development. The relations between article and commentary, commentary and information. Commentary is based on information; the interpretative and evaluative character is what it has in common with the article. A review of individual informational genres from the point of view of open or latent commentary. The characterization of political commentary on home affairs in Bulgarian press. The opinions on the problem and thematic proportions in the contemporary political commentary, the conditions for its development, the character and quality of analytical elements; the role of the commentator.

729

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

журналистские жанры - политический комментарий

(Дата; автор абстракта)

5/1976, М. Моллова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-06
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

РАЧЕВ Никола : Коментарът на вътрешни теми

Комментарий по отношению к внутренним делам

Български журналист, 1975 № 9 стр. 13-16

Политический комментарий по отношению к внутренним делам.

Статья.

Общие факторы и условия влияющие на качество и развитие комментария; настоящее положение и направления будущего использования комментария, значение и необходимость политического комментария относящегося к внутренним делам. Содержание понятия и цель комментария - ориентация в текущих событиях, явлениях, процессах, стремлениях и правах общественного развития. Связи между статьей и комментарием, комментарием и информацией. Комментарий основан на информации, со статей он связан благодаря своему интерпретационному характеру. Обзор отдельных информационных жанров с точки зрения открытого им явного комментария. Характеристика политического комментария по отношению к внутренним делам в болгарской печати. Мнения по отношению к проблемно-тематическим пропорциям современного политического комментария, условия его развития, характер и качество аналитических элементов; роль комментатора.

733

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - press policy - impact - effectiveness - factors - Poland

(date; abstract's author)

B. Garlicki, Jun. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

**● CECOM ●** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ROKOSZEWSKI Kazimierz : Prasa, radio i telewizja po VII Zjeździe PZPR

The Polish Press, Radio and Television after the 7th Congress of the Polish United Workers' Party

Nowe Drogi, 1976 no 3 pp. 45-57

The main trends of development of newspaper policy; the factors of effective propaganda impact.

Article with examples drawn from Party documents and the speeches of Party leaders.

The aims of a developed Socialist society must gain the support of each individual citizen if they are to be successfully put into practice. This support is to a large extent dependent on the activists of the ideological front,their abilities with respect to effective impact able to convince its recipients of the appropriateness of the common program and to efficient implementation of the practical methods of its realisation. Mere slogans and appeals are not enough here - the journalists' direct participation is indispensable not only for the explaining of reality, but also for the setting up of such an atmosphere, organisation, and Party and administrational activity, as will aid the stimulation of sound work. The journalist's work cannot merely consist in the urging on of others; but it must be a whole-hearted personal involvement in the just cause. Every creative and novel initiative, every change for the better arises from a critical survey of reality. And hence the necessity of assigning to journalistic criticism a considerably higher position in our social life. If criticism as understood in this way is to be exercised correctly, the journalist must acquire a thorough knowledge of the reality in which he lives; he must be continually present within working class spheres; and he must participate in the discussions occurring therein. Such a trend in the propaganda activity is linked with the slogan proposed by the Party of linking a higher quality of work with a higher standard of living.

733

польский

(язык публикации)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

средства массовой информации и пропаганды - прессовая политика - воздействие - эффективность - факторы - Польша

(Дата; автор [illegible])

5/1976, Б. Гарлицки

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

ROKOSZEWSKI Kazimierz : Prasa, radio i telewizja po VII Zjeździe PZPR

Печать, радио и телевидение после VII Съезда ПОРП

Nowe Drogi, 1976 № 3 стр. 45-57

Основы направления развития в области прессовой политики, факторы эффективного пропагандистского воздействия.

Публицистическая статья с примерами из партийных документов и из выступлений партийных руководителей.

Цели развитого социалистического общества должны одобряться каждым гражданином. Это одобрение зависит также от деятелей идеологического фронта, их умения эффективно воздействовать, убедительно обосновывать верность общей программы, а также четко популяризовать способы реализации этой программы. В такой борьбе необходимо непосредственное участие журналистов не только объясняющих действительность, но также и создающих такую атмосферу, такую организацию партийной и административной деятельности, которая будет спосообствовать хорошему выполнению работы. Журналистская деятельность не состоит в пассивном отношении к действительности, но в решительном признании справедливого. Каждая творческая и новаторская инициатива, каждая перемена к лучшему возникает из критического взгляда на существующую действительность; отсюда и необходимость придавать журналистской критике более важное значение нашей общественной жизни. Условием правильности так понимаемой критики является глубокое изучение журналистом окружающей его действительности, его постоянное присутствие в среде людей труда, участие в проводящихся дискуссиях. Такая целенаправленность пропагандистской деятельности соединяется с выдвинутым партией лозунгом связи более высокого качества труда с лучшими условиями жизни.

734

Hungarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

research technique - interview - methods

(date; abstract's author)

J. Tõlgyesi, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

**CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

REINHARDT Veronika : Interjuszituációs kérdések a Tõmegkommunikációs Kutatóközpont gyakorlatában

The Situation of the Interview in the Research Practice of Tõmegkommunikaciós Kutatóközpont

Tõmegkommunikaciós Kutatóközpont, Budapest. Módszertan no 15:1974

On the method of interviewing.

Theoretical deliberations based on the research practice of Budapest Mass Communication Research Centre /Tõmegkommunikaciós Kutatóközpont/; questionnaire of 49 researches conducted in 1969-73 are the subject of these deliberations.

The atmosphere of an interview from the point of view of filling in the questionnaire; enumeration of factors creating the easy or tense atmosphere. Analysis of the so called situational questions in interview according to their number and type. The differentiation of the following types: general situational questions, the evaluation of the external conditions, the opinion on the outsider present during the interview, the issues concerning the flow of the interview and the respondents, the evaluation of the effects of the interview. The paper discusses also the relations between the interviewers' reports and the questions concerning the situation of the interview.

734

венгерский

(язык подлинника)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

исследовательская техника
- интервью - методика

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Тоэльдэеши

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

■ ЦЕКОМ ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

REINHARDT Veronika : Interjuszituációs kérdések a Tömegkommunikációs Kutatóközpont gyakorlatában

Обстановка сопровождающая интервью в исследовательской практике

Tömegkommunikaciós Kutatóközpont, Budapest. Módszertan # 15:1974

Методика интервирования.

Теоретические рассуждения основанные на исследовательской практике Центра исследования массовой коммуникации /Tömegkommunikaciós Kutatóközpont/ в Будапеште; изучались вопросники из 49 исследований проведенных в 1969-1973 г.г.

Атмосфера интервью с точки зрения процесса заполнения вопросника; перечисление факторов определяющих свободную или же напряженную атмосферу. Анализ по количеству и типам т.н. ситуационых вопросов интервью. Различаются следующие типы: общие ситуационные вопросы, оценка внешних условий, оценка постороннего лица присутствующего в интервью, описание общей атмосферы в которой происходит интервью, вопросы относящиеся к интервируемому, оценка результатов интервью. Очерк обсуждает также связи между высказываниями интервьюеров и вопросами относящимися к ситуации сопровождающей интервью.

735

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

television - television program - critical elements - approving elements - research

(date; abstract's author)

M. Amova, Jan. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 376-86
31-008 Kraków
Poland

ЕНЧЕВ Стефан : Утвърждаващото и критичното начало в информационните предавания на българската телевизия

ENCHEV Stefan : Approval and Critical Principle in the Information Emissions of the Bulgarian TV

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974 pp.37-62

The proportion of the critical to the approval principle in the TV emissions. The class character of these categories.

Empirical research on the audience and socio-psychological analysis of the audience's reaction to the program.

Both principles of the human practice could be investigated only by the structural analysis and the value orientation analysis of the personality in the conditions of different social systems. In order to determine the proportion of the critical to the approval principle, content analysis and volume estimation of the TV information transmitted during a week are made. The proportion was traced by means of linguistic method applying the semantics analysis. The following indices for correct proportion between the critical and the approval principle in the TV emissions were deduced: 1. it must correspond to the proportion of both principles in the objective reality; 2. it must conform with the strategy and the tactics of the leading ideology; 3. it must conform with the training and intellectual level of the audience as well as with the criteria which determine its public response.

735

болгарский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

телевидение - телепрограмма - критические элементы - утверждающие элементы - исследования

(Дата; автор абстракта)

1/1976, М. Амова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-06
Польша

■ ЦЕКОМ ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ЕНЧЕВ Стефан : Утвърждаващото и критичното начало в информационните предавания на българската телевизия

Утверждающие и критические факторы в информационных передачах болгарского телевидения

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974 стр. 37-62

Соотношение между утверждающими и критическими факторами в телепередачах; классовый характер этих факторов.

Практические социологические исследования аудитории и социо-психологический анализ восприятия программы.

Оба фактора можно изучать только путем структурного анализа и анализа ценностной ориентации личности, учитывая условия возникшие в разных общественных системах. Чтобы установить соотношение между утверждающими и критическими факторами, проводился анализ содержания и объема информационных передач болгарского телевидения в течение двух недель. Были применены лингвистические средства и семантический анализ. В результате исследования определились следующие показатели правильного соотношения между критическими и утверждающими факторами в телепередачах: 1. они должны соответствовать соотношению двух факторов в объективной действительности; 2. должны соответствовать стратегии и тактике руководящей идеологии; 3. должна соответствовать подготовке, мышлению и общественной реакции аудитории.

736

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

journalistic genres - publicism - language - style

(date; abstract's author)

M. Amová, Jan. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 276-66**
**31-008 Kraków**
**Poland**

**•CECOM•** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

БРЕЗИНСКИ Стефан : Проблеми на езика и стила в българската публицистика

BREZINSKI Stefan : Problems of the Bulgarian Journalistic Style and Language

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974
pp. 225-256

The language of publicistic utterance /work/ and its characteristics.

An essay.

The great importance of the linguistic form of a publicistic production. The term "linguistic culture" is defined as an aptitude to select the most suitable and expedient linguistic forms depending on the particular case. On the basis of some examples taken from Bulgarian publicistic works the following matters are explained: the punctuation, the abbreviations, the transcription of names,the significance of the headlines, the stylistic phenomenon "amphibology". The specificity of the journalistic style /lack of dialogue, wide use of rhetorical questions etc./.

736

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

журналистские жанры - публицистика - язык - стиль

(Дата; автор абстракта)

1/1976, М. Амова

**ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР**
Рынок Гл. 23
31-006 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

БРЕЗИНСКИ Стефан : Проблеми на езика и стила в българската публицистика
Проблемы языка и стиля болгарской публицистики

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974
стр. 225-256

Язык публицистического произведения и его особенности.

Доклад.

Значение языка публицистического произведения, понятие "языковая культура" как умение подобрать самые подходящие и целесообразные языковые формы. Вопросы пунктации, аббревиатур, иностранных слов на основании примеров из болгарской публицистики; значение языковой формы заголовка; стилистическое явление "амфиболия". Специфика публицистического стиля, который, объединяя особенности всех других стилей, имеет свои особенности, /напр. отсутствие диалога, широкое употребление риторического вопроса и т.д./

737

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - press criticism - effectiveness

(date; abstract's author)

M. Amova, Jan. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 270-60
31-008 Kraków
Poland

ДАВИДОВ Е. : Критиката в печата и редакционната работа /Иследване на материали във в. "Работническо дело"/

DAVIDOV E. : Criticism in the Press and Editorial Work /Investigation of Printed Matter in the Daily "Rabotnichesko delo"./

Книга. Преиодичен печат. Читател 1975 no 1 pp. 33-38

The effectiveness of the critical materials published in Bulgarian national newspapers.

The problems which arose in the process of tracing the critical materials in the daily "Rabotnichesko delo"/. Some conclusions concerning the editorial work with the critical materials are drawn on the basis of the investigation data.The opinions of editorial workers concerning the character of the critical materials /genre, style, approach, source of information, number of the critical subjects/ and their influence. Ways of improvement of the criticism effectiveness.

737

болгарский
(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - критика в печати - эффективность

(Дата; автор абстракта)

1/1976, М. Амова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-00
Польша

**ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ДАВИДОВ Е. : Критиката в печата и редакционната работа /Изследване на материали във в. "Работническо дело"/

Критика в печати и работа редакции /По примеру материалов из газеты "Работническо дело"/

Книга. Периодичен печат. Читател,1975 № 1 стр. 33-38

Эффективность критических материалов публикованных в центральных газетах.

Проблемы, возникшие при анализе критических материалов помещенных в газете "Работническо дело". Итоги по адресу редакции относительно критических материалов, разработаны на основании результатов исследований. Мнения некоторых редакционных работников относительно критических материалов /жанр, стиль, подход,источник информации, количество объектов критики в одном материале/ и их воздействия. Пути для повышения эффективности критики в печати.

738

Bulgarian

*(Language of the original document)*

**KEYWORDS:**

press - research - research institutions /Press Research Centre/ - Poland

*(date; abstract's author)*

M. Amova, Jan. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 278-86**
**31-008 Kraków**
**Poland**

ГОБАН-КЛАС Томаш : Изследвания на печата в Полша

GOBAN-KLAS Tomasz : Research in Poland

Книга. Периодичен печат. Читател, 1975 no 3 pp. 3-20

A historical survey of the press research in Poland.

1. Growing interest in press; first attempts at content analysis; analysis of press effectiveness and press style; 2. The achievements of Polish press researchers. The subject and the matter of the science of press, its position among other branches of science, the science of press as a social science in Poland. The conception of science of press of Walery Pisarek, the theoretical and methodological conceptions of Polish press researchers, the activity of the Press Research Centre in Cracow in the light of the above conceptions. 3. The principal tasks of the Centre, its basic research problems, theoretical and practical achievements; future trends of activity.

A summary of ideas presented in the publication by P. Dubiel, T. Goban-Klas and W. Pisarek: "The Polish Press Research - Traditions, Achievements, Perspectives" - Zeszyty Prasoznawcze, 1974 no 3 pp. 5-15.

738

болгарский

*(язык подлинника)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - исследования - исследовательские институты /Печатоведческий центр/ - Польша

*(Дата; автор абстракта)*

1/1976, М. Амова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

ГОБАН-КЛАС Томаш : Изследвания на печата в Полша

Исследования печати в Польше

Книга. Периодичен печат. Читател, 1975 № 3 стр. 3-20

Обзор исследований печати в Польше.

1. Возникновение интереса к печати в Польше; первые попытки анализа содержания, эффективности и языка печати. 2. Достижения польских исследователей печати. Предмет и сущность печатоведения, его место среди других научных дисциплин и его становление в качестве общественной науки в Польше. Определение науки о печати В.Писарека, теоретично-методологическая концепция польских исследователей, деятельность краковского Печатоведческого центра в духе этой концепции. 3. Основные проблемы, разрабатываемые краковским центром; их теоретические и практические результаты; направления деятельности в будущем.

Резюме мнений представленных в публикации П. Дубеля, Т. Гобана-Класа и В.Писарека - "Печатоведческие исследования в Польше - их традиции, достижения, перспективы". Зешиты Прасознавче, 1974 № 3 стр. 5-15.

739

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - public opinion
- international information
- functions

(date; abstract's author)

M. Amova, Jan. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 270-66
31-008 Kraków
Poland

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

СТОИЧЕВ Георги : Модернизация, информация и обществено мнение

STOICHEV Georgi : Modernization, Information and Public Opinion

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974
pp. 63-84

The mechanism of modern mass information media development, direction and stimulation of the public opinion. The investigation is on the basis of a content analysis of the international information.

The term "international information" is defined and discussed. The versatile influence of the international information in the process of directing and developing of social activity in the masses; the factors which determine it. Three objects pursued by the editor and the journalist by means of the mass information media: to propagate, to counteract the bourgeois propaganda and to promote applying the Marxist-Leninist principles in the international relations. Respectively, three basic functions of international information are indicated too: propaganda, counter-propaganda and diplomatic function. Specificity and forms of interaction between these three functions. The great possibilities of the international information as a substructure of the press, radio and television content in the field of the public opinion formation are emphasized.

739

болгарский

*(язык подлинника)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - общественное мнение - международная информация - функции

*(Дата; автор абстракта)*

1/1976, М. Амова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-46
Польша

СТОЙЧЕВ Георги : Модернизация, информация и обществено мнение

Модернизация, информация и общественное мнение

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974
стр. 63-84

Механизм современных средств массовой информации и пропаганды для формирования, направления и стимулирования общественного мнения.

Определение понятия "международная информация". Многосторонее влияние международной информации при формировании и направлении социалистической активности масс; факторы, обусловливающие это влияние. Три цели издателя и журналиста, осуществляемые средствами массовой информации /пропагандировать и агитировать; противодействовать буржуазной пропаганде; содействовать приложению и развитию марксистско-ленинских принципов в государственных отношениях/ и соответственно три функции международной информации /агитационно-пропагандистская, контрпропагандистская и дипломатическая/. Анализ специфики, проблем и взаимоотношений между тремя функциями. Большая возможность международной информации в качестве субструктуры содержания печати, радио и телевидения воздействовать на формирование общественного мнения по международным и внутренним проблемам.

740

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - radio program - international cooperation - integration - socialist countries

(date; abstract's author)

M. Amova, Jan. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

ДИМИТРОВ Веселин : Българо-съветска интеграция в радиопредаванията

DIMITROV Veselin : Bulgarian - Soviet Integration in the Field of Broadcasting

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974
pp. 107-136

The necessity of joint action in the field of mass information in the Socialist countries, which was emphasized in the BCP Program at the Xth Party Congress. The specificity of the radio, in particular its nationality, as one of the principal prerequisites for the development of the integration process. The stages of the integration process are the following: coordination, interaction, complete integration /common action/. The period of the complete integration must be preceded by serious preparatory stage. Some already experimented forms of common work are enumerated as well as new ideas for the future broadcastings.

740

болгарский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - радиопрограмма - международное сотрудничество - интеграция - социалистические страны

(Дата; автор абстракта)

1/1976, И. Амова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ДИМИТРОВ Веселин : Българо-съветска интеграция в радиопредаванията

Болгаро-советская интеграция в радиопередачах

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974 стр. 107-136

Необходимость согласованного действия средств массовой информации в социалистических странах, поставленная Программой БКП, принятой на X партийном конгрессе. Специфика радио /его интернациональность/ как одна из основных предпосылок развития интеграционного процесса. Этапы интеграционного процесса: координация, взаимодействие, полная интеграция /единодействие/. Периоду полной интеграции должна предшествовать сериозная подготовка. Приводятся некоторые проэкспериментированные формы совместной работы и предложения относительно будущих интеграционных передач.

741

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

television - television program - Bulgaria

(date; abstract's author)

M. Amova, Jan. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

АНДРЕЕВА Лиляна : Гражданска трибуна и някои проблеми на телевизионната пропаганда

ANDREEVA Lilyana : "Civil Tribune" and Some Problems of the Television Propaganda

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974
pp. 154-173

The meaning, purposes, forms and problems of Bulgarian television program "Civil Tribune".

Its relation to the style and methods of the Party propaganda. Each program of "Civil Tribune" deals with the problems of some ministry or department. The basic criterion for selecting the subject is its public importance. The topics for "Civil Tribune" are suggested by the audience. Responses are given by competent persons. The role of the leading journalist is to study official and Party documents related to the subject, to analyze the letters and to verify the facts, to activate the audience and to predispose to frankness, critical attitude and self-criticism. Due to its active participation, the audience can be treated as co-author of the program. A necessity to find new ways for rich visual forms and new pictorial solutions.

741

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

телевидение - телепрограмма - Болгария

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

**АНДРЕЕВА** Лиляна : Гражданска трибуна и някои проблеми на телевизионната пропаганда

Гражданская трибуна и некоторые проблемы телевизионной пропаганды

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974 стр. 154-173

Сущность, цели, формы работы и проблемы серийной передачи болгарского телевидения. "Гражданская трибуна".

Органическая связь со стилем и методом партийной пропаганды. Каждая передача посвящается проблемам связанным с одним министерством или ведомством. Основным критерием при подборе темы является ее общественная значимость. Передача готовится на основе писем, отзывов и рекомендаций слушателей. Ответы из телевизионной студии дает соответствующий министр или самые сведующие лица ведомства. Роль ответственного за передачу журналиста следующая: изучить все касающиеся темы партийные и государственные документы, проанализировать письма и проверить факты, активизировать аудиторию и создать в студии атмосферу полной откровенности, критичности и самокритичности. Своей активностью в процессе подготовки и хода передачи аудитория является соавтором передачи и выразителем общественного мнения при оценке передачи. Необходимость поиска новых форм для большей визуальности передачи.

(Дата; автор абстракта)

1/1976, М. Амова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

742

Hungarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

public opinion - role - socialism

(date; abstract's author)

J. Lukáts, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

GÖRGÉNYI Perenc : Közvélemény, közügy és szocialista nyilvánosság /Elméleti ajánlások az empirikus politikai szociológia számára/

Public Opinion, Social Interest and the Socialistic Patency /Theoretical Suggestions to an Empirical Political Sociology/

Rádió és Televizió Szemle, 1975 no 4 pp. 13-20

The public opinion - its place and role in the socialist society.

A report on a discussion on the public opinion; a paper prepared for the scientific conference on "Nature, structure and role of opinions in everyday life" organized by the Budapest Mass Communication Research Centre and the Ethnography Research Institute of the Hungarian Academy of Sciences /the conference took place in April 1975/.

Looking for an answer to the question whether "the public opinion is or is not absorbed in the authentic social interest" the author discusses three main groups of problems. 1. The motives of public opinion surveys. The most important of these is to get to know the public opinion, to evaluate it or to influence it. The deliberations concern not only the political views but also the social relations. In socialism the system of connexions among the groups is much wider. The socialization of the system of production involves also the socialization of an individual engaged in production. The subject of public opinion are the phenomena connected with the production, the social interests of the new society. 2. Relations between the mass communication in a socialist country and the social knowledge. The question: in what ways and in what degree do the production directions reach effectively the public opinion is extremely important here. 3. Public opinion - the will of the people /whether it does and in what forms manifest itself on the political forum/.

742

венгерский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

общественное мнение -
роль - социализм

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Лукач

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

GÖRGÉNYI Ferenc : Közvélemény, közügy és szocialista nyilvánoszág /Elméleti ajánlasok az empirikus politikai szociológia számára/

Общественное мнение, общественный интерес и социалистическая деятельность /Теоретические предложения по эмпирической политической социологии/

Rádió és Televizió Szemle, 1975 № 4 стр. 13-20

Общественное мнение, его место и роль в социалистическом обществе.

Изложение дискуссии на тему общественного мнения, разработка, подготовленная к научной конференции на тему "Природа, структура и роль убеждений в повседневной жизни", организованной будапештским Центром исследования массовой информации и пропаганды и научноисследовательским Институтом этнографии венгерской Академии наук /конференция имела место в апреле 1975 г./.

В поисках ответа на вопрос "волнуют ли общественное мнение, вопросы, связанные с действительным общественным интерессом" автор рассмартивает 3 главных круга проблем. 1. Мотивы исследования общественного мнения. Главным мотивом является познание общественного мнения, его оценка и возможности воздействия на него. Представленные проблемы относятся не только к политическим вопросам, но также затрагивают и общественные проблемы. В социализме существует более широкая связь между коллективами. Обобществление системы производства означает также вовлечение человека в общественную жизнь. Предметом общественного мнения являются явления, связанные с производством и общественными проблемами нового общества. 2. Отношения между распространением информации в условиях социализма и общественным знанием. Особенно важным в этой связи является вопрос: каким образом и в какой степени доходят до общественного мнения производственные директивы. 3. Общественное мнение - воль большинства /проявляется ли она и в какой форме на политической арене/.

743

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

editor - editorial staff - audience - interaction - research

(date; abstract's author)

M. Amova, Jan. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

ШИРЯЕВА Алла : Издател - редакционен колектив - аудитория

SHIRYAEVA Alla : Publisher - Editorial Collective - Audience

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974
pp. 137-153

The necessity of research on the interaction and relationship between the main elements in the mass media system.

The following measures are necessary: 1. to elaborate sociological structure and to determine a system of requirements towards the editorial staff;2. to carry out research on the orientations of the editorial collectives in order to determine the propaganda impact; 3. to outline the ways of improvement of the editorial activity. In order to explain theoretically these problems, the aims of the socialist journalism are formulated and a review of publications treating the role of the editorial collective is made. The publisher's activity, the editorial collective, the audience, and the mutual relations between them. The factors which determine the principal and the factual professional requirements towards the journalistic staff.

743

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

издатель - редакционный коллектив - аудитория - взаимодействие - исследования

(Дата; автор абстракта)

1/1976, М. Амова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-06
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ШИРЯЕВА Алла : Издател - редакционен колектив - аудитория

Издатель - редакционный коллектив - аудитория

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974
стр. 137-153

Необходимость проведения исследований взаимодецствия между основными элементами в системе средств массовой информации и пропаганды.

Существует необходимость разработки социологической структуры, изучения ориентации редакционных коллективов, установления эффективности пропагандистского воздействия, определения путей совершенствования редакционной деятельности. Теоретические принципы обсуждаемых проблем, вытекающие из функционального предназначения журналистики в социалистических странах; обзор публикаций на тему роли редакционного коллектива. Охарактеризированы деятельность издателя, редакционного коллектива и аудитории, а также их взаимосвязи. Факторы, определяющие общие и конкретные требования к профессиональному уровню журналистских кадров.

744

Russian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - history - development - Bulgaria

(date; abstract's author)

M. Amova, Jan. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

БОКОВ Георги : Современная болгарская журналистика

BOKOV Georgi : Modern Bulgarian Journalism

София-прес 1974 36 pp.

A brief survey of the history of Bulgarian journalism with particular reference to the history of the Bulgarian progressive press. The present state of the press, the radio, and the television illustrated by figures and some comparisons to the state in 1940. Particular data for newspapers and magazines and for the development of radio and television. The character, the ideological and political principles of the modern Bulgarian press, radio, and television issuing from the program of the BCP accepted at the Xth Party congress. The basic means, forms and methods in the journalistic work. The present state is characterised by improvement of the organisational activity of the press, radio and television and accomplishment of effective feed-back for an estimation of their influence; promotion of trends for cooperation among the different mass communication media and looking for new, successful forms. Special attention has been paid to the statute of the Union of Bulgarian Journalists, its leading part for the development of the modern Bulgarian journalism and its tasks at the present stage, as well as the activity and the functions of the Union of Bulgarian Journalists Scientific Research Centre.

744

русский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - история - развитие - Болгария

(Дата; автор абстракта)

1/1976, М. Амова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

БОКОВ Георги : Современная болгарская журналистика

София-прес, 1974 стр. 36

Зачатки и история болгарской журналистики с акцентом на развитие болгарской прогрессивной печати. Настоящее состояние печати, радио и телевидения в сопоставлении с цифровыми данными за 1940 г. /приводятся данные о выходящих газетах,журналах, а также о развитии радио и телевидения/. Характер, сущность, идейные принципы и задачи современной болгарской печати, радио и телевидения освещаются в духе Программы болгарской коммунистической партии, принятой на X партийном конгрессе. Основные средства, формы и методы в работе журналиста. На современном этапе возрастает организационная деятельность печати, радио и телевидения; создается эффективная обратная связь для оценки их воздействия; увеличивается стремление к сотрудничеству между отдельными средствами массовой информации и поиски новых удачных форм. Обсуждение статута Союза болгарских журналистов, его роль в развитии современной болгарской журналистики и ее задачи на настоящем этапе. Деятельность и функции Научно-исследовательского центра Союза болгарских журналистов.

745

Bulgarian

*(Language of the original document)*

**KEYWORDS:**

editorial office - reader - letters to the editor

*(date; abstract's author)*

M. Amova, Jan. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-000 Kraków
Poland

**• CECOM •** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

СТЕФАНОВ Христо : Работата с читателските писма във в. "Труд"

STEFANOV Khristo : Dealing with the Readers' Mail in the Daily "Trud"

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство София 1974
pp. 196-224

Working on the letters to the editor in the daily "Trud" - the organ of the Central Council of the Bulgarian Trade Union.

Dealing with the readers' mail proceeds in the following stages: 1. classification of the letters depending on the branch, 2. mail processing /verification of the facts and editing/. The role the letters play in communication between the staff and the readers. Some forms of co-authorship by journalist and reader like interview with competent person on the question posed by the readers. Effectiveness of the readers' mail, estimation criteria and improvement methods.

745

болгарский

*(язык подлинника)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

редакция - читатель - письма читателей

*(Дата; автор абстракта)*

1/1976, М. Амова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

СТЕФАНОВ Христо : Работата с читателските писма във в. "Труд"

Работа газеты "Труд" над письмами читателей

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974
стр. 196-224

Работа газеты "Труд" - органа Центрального совета болгарских профсоюзов - над письмами читателей.

Этапы работы: 1. распределение почты по отраслевому принципу /приводятся классификационные принципы/; 2. обработка писем /проверка фактов и подготовка писем к печати/. Роль писем в процессе общения между личностью и газетой;усовершенствование читательской почты как канала "обратной связи". Некоторые формы соавторства журналиста с читателем, напр. публикование интервью со следующим специалистом для выяснения поставленного в письме вопроса, комментарий редакционного работника и т.п. Эффективность опубликования читательских писем, критерии для ее определения и способы ее повышения.

746

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - bonds with recipients - non-professional correspondents

(date; abstract's author)

M. Amova, Jan. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-88
31-008 Kraków
Poland

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ВЕРХОВСКАЯ Алла : Неразривно единство с масите

VERHOVSKAYA Alla : An Indestructible Unity with the Masses

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство София 1974
pp. 174-195

The bond between the mass media and the recipients.

An essay based on the results of sociological research.

A definition of the investigated subject. The functions of the bonds with the mass recipients /the social administration function, the information function of feed-back, the function of the correspondents/. The motivation of the correspondents in the mass communication media system /joining in the public activity, participation in the social administration, influence on the public opinion and the social institutions, self-identity and expression of the personality/. A typology of the bonds between the mass recipients and the mass media on the basis of two distinguishing features: 1. motives for the collaboration with the editorial staff, 2. degree of participation in the information organ. The objective and subjective factors which influence the development of the relations between the mass communication media and the mass recipients.

746

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - связь с реципиентами - общественные корреспонденты

(Дата; автор абстракта)

1/1976, М. Амова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

ВЕРХОВСКАЯ Алла : Неразривно единство с масите

Неразрывное единство с массами

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974
стр. 174-195

Связь средств массовой информации и пропаганды с реципиентами.

Доклад по результатам конкретных социологических исследований.

Сущностные характерные черты этого социального феномена в связи с его положением и функциями в системе СМИП. Определение изучаемого объекта, массовые связи СМИП с обществом. Анализ функций массовых связей /функция социального управления, информационная функция обратной связи, функция по отношению к самым корреспондентам и др./, а также и мотивы сотрудничества общественных корреспондентов в СМИП /приобщиться к государственной деятельности, участвовать в социальном управлении, воздействовать на общественное мнение и социальные институты, выявить себя и свою личность и др./. Типология массовых связей СМИП на основе двух признаков: 1. мотивы сотрудничества и контакта с редакцией; 2. степень участия в издании. Перечисление объективных и субъективных факторов, влияющих на развитие связей СМИП с массами.

747

Bulgarian
(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

journalism - theory - Marxism-Leninism - class character

(date; abstract's author)

M. Amova, Jan. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ПРОХОРОВ Евгений : Класовите позиции на журналистиката

PROKHOROV Evgenii: Class Status of Journalism

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974
pp. 9-36

The class character of journalism in the society. Class principle and class approach to the reality as a basic principle in the journalistic activity. Spontaneous subordination to the class principle or its conscious execution in the journalistic activity. Specificity of the journalist and his activity as a "literary representative of the class". Class responsibility of the Marxist journalist. Class-character and Party-character in journalism - relationship and distinction of these terms. "Objectivity" in journalism according to the Marxist theory. The class analysis of facts, events and processes as a base for the journalistic creative method. The Leninist conception of the methods of class analysis and the necessity to apply it in the field of the Marxist journalism.

747

болгарский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

журналистика - теория - марксизм-ленинизм - классовый характер

(Дата; автор абстракта)

1/1976, М. Амова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ ЦЕКОМ ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ПРОХОРОВ Евгений : Класовите позиции на журналистиката

Классовые позиции журналистики

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974
стр. 9-36

Классовая природа журналистики как социальное явление в классовом обществе. Классовый принцип и классовый подход журналиста к действительности как основное проявление этого принципа. Стихийное подчинение классовому принципу или его сознательная реализация в журналистской деятельности. Специфика деятельности журналиста как "литературного представителя класса". Сущность классовой ответственности марксистского журналиста. Понятия "классовость" и "партийность" в журналистике - их соотношение и разграничение. Понятие "объективность" в журналистике с точки зрения марксистской теории. Классовый анализ фактов, событий, процессов - основа творческого метода журналиста. Ленинские постановки относительно методики классового анализа и необходимости их творческого применения журналистами - марксистами.

748

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - audience - research - concepts

(date; abstract's author)

M. Amova, Jan. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-08
31-008 Kraków
Poland

● CECOM ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ФОМИЧЕВА Ирина : Социологическо изследване на аудиторията - граници и отношения на аудиторията към СМИП

FOMICHEVA Irina : Sociological Study of the Audience - Audience Ranges and Audience Response to the Mass Media

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство 1974 pp. 86-106

Definitions of selected sociological concepts for the audience study.

A definition of the term "audience" as an object of the mass information impact. A distinction between the audience and the social institutions. The concepts of "impact" /quality of influence on the audience/ and "effectiveness" /quality of influence on the social institutions/. The audience response to mass information media is uncontrolled, non-dependent on the social norms, but the interaction between the mass information organs and the social institutions is regulated by some explicit norms. The term "interrelation" is defined as an integrity of objective and subjective relations between the participants in the mass information process.

748

болгарский
(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - аудитория - исследования - понятия

(Дата; автор абстракта)

1/1976, М. Амова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

**ЦЕКОМ** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

**ФОМИЧЕВА Ирина** : Социологическо изследване на аудиторията - граници и отношения на аудиторията към СМИП

Социологические исследования аудитории - пределы и отношение аудитории к СМИП

Съвременни проблеми на журналистическата теория, Наука и изкуство, София 1974 стр. 86-106

Попытка определить понятия, которые используются социологией журналистики в исследовании аудитории.

Определение понятия "аудитория" как объекта воздействия массовой коммуникации. Различия между аудиторией и социальными институтами как объектом воздействия. Понятие "эффективности" /качество воздействия на аудиторию/ и "действенности" /качество воздействия на социальные институты/. Отношением аудитории к СМИП не управляют общественные нормы, а отношение социальных институтов к органам массовой информации подчиняется определенным нормам обязательного характера. Понятие "отношение" определяется как совокупность объективных и субъективных связей между участниками в процессе массовой информации. Специфика подбора социологических методов для изучения аудитории.

749

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - history - periodization - Poland - 1944-1975

(date; abstract's author)

S. Dziki, Jul. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 270-08
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

SŁOMKOWSKA Alina : Ze studiów nad rozwojem prasy w trzydziestoleciu PRL

Studies on the Development of Press in the Thirty Years of Polish People's Republic

Kultura i Społeczeństwo, 19:1975 no 1 pp. 197-218

Periodisation of the history of press of Polish People's Republic.

An essay based on the literature of the subject.

The criteria of division: a. internal changes and political relations, the forms of the workers' party leadership in the society; b. the degree of advancement of the formation of socialism; c. changes in the international relations; d. changes in the organizational and technical development of press, radio and television and in the state and distribution of the journalistic staff. Four main periods in the development of the press and journalism in the 30 years of Polish People's Republic: I. 1944-1948/49; II. 1950-1957; III. 1958-1970 and IV. 1971 till the present times. A detailed characterization of the development of press and journalism in the consecutive periods, according to the accepted criteria of division. In the first period the basic assumptions of a press system of PPR have been stated. In the analysis of the second period special attention was paid to: a. organisational and agitational functions of press in inducing the society to realization of the production tasks and the role of the press in social and economical education of the society; b. the participation of the press in the process of revival of political life. The fourth period was characterized from the aspect of forms of improving the party managing by means of mass media, the perspectives of further development of press and its ever increasing participation in the integration of the socialist countries.

749

польский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - история - периодизация - Польша - 1944-1975

(Дата; автор абстракта)

7/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

SŁOMKOWSKA Alina : Ze studiów nad rozwojem prasy w trzydziestoleciu PRL
К вопросу исследований развития печати за 30 лет ПНР

Kultura i Społeczeństwo, 19:1975 № 1 стр. 197-218

Периодизация истории печати Народной Польши.

Доклад по литературе предмета.

Подбор критериев разделения: а. внутренние перемены и политические отношения, руководящая роль рабочей партии в обществе; б. степень развития строительства социализма; в. изменения в международных отношениях; г. изменения в организационно-техническом развитии печати, радио и телевидения а также в состоянии и размещении журналистского кадрового состава. Выделение 4 основных периодов в 30-летии ПНР : 1. 1944-1948/49, 2. 1950-1957, 3. 1958-1970, 4. с 1971 до настоящего времени. В первый период /здесь добавочно выделяются 3 последовательных периода/ сформировались основы системы печати ПНР. В анализе второго периода особое внимание уделяется: а. организаторским и агитационным функциям печати в мобилизации общественных сил на выполнение производственных задач и роли печати в общественно-экономическом обучении общества; б. участию печати в процессе возобновления политической жизни. Характеризуя четвертый период рассматриваются формы совершенствования партийного руководства с помощью средств массовой информации и пропаганды, перспективы дальнейшего развития печати и ее повышающегося участия в сплочении стран социалистического содружества.

750

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - radio - television
- functioning - cooperation

PISAREK Walery : Prasa, radio, telewizja: podział pracy
Press, Radio, Television: Division of Labour

Zeszyty Prasoznawcze, 17:1976 no 2 pp. 25-38; English and Russian summaries

The problem of division of labour among the three main channels of mass communication.

Essay based on the results of Polish and foreign research on: 1. utilisation and reception of the press, radio and television by their recipients; 2. the properties of each of these channels; 3. the contents of daily newspapers, magazines and radio and television programs.

All the mass media in a socialist country constitute one subsystem within the framework of the total system of the society. The efficiency of this subsystem depends to a large extent on the harmonious co-operation of its various elements. Efforts to optimalize its efficiency ahould be based on: 1. knowledge of the social environment in which the press, radio, and television operate both now and will do so in the future; 2. the objectives of their operation; 3. a knowledge of the hitherto operation of the mass media in society; 4. planning of the future development of this system. The program for a suitable division of labour among the system's constituent elements - i.e. the press, radio, and television - is an integral part of the planning of its development. Research on the press, radio and television gives relevant data which are indispensable for the construction of the optimal plan.

The subject has been treated previously; an attempt to formulate the question synthetically; assessment of research carried out hitherto.

(date; abstract's author)

W. Pisarek, Jul. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-08
31-008 Kraków
Poland

750

польский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - радио - телевидение - деятельность - сотрудничество

(Дата; автор абстракта)

7/1976, В. Писарек

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

PISAREK Walery : Prasa, radio, telewizja: podział pracy

Пресса, радио, телевидение: разделение функций

Zeszyty Prasoznawcze, 17:1976 № 2 стр. 25-38; резюме на русском и английском языках

Проблема разделения функций между тремя средствами массовой информации и пропаганды.

Доклад использующий результаты опытов польских и зарубежных исследований по: 1. использованию и восприятию прессы, радио и телевидения; 2. естественным свойствам каждого из этих средств; 3. содержанию газет, журналов, радио- и телепрограмм.

Все средства массовой информации и пропаганды в социалистической стране представляют собой единую субсистему, теснейшим образом связанную с другими субсистемами в пределах системы всего общества. Исправность этой субсистемы в значительной степени зависит от соответственного сотрудничества отдельных ее элементов. Действия, устремленные на совершенствование этой исправности должны опираться на : 1. знании общественной среды, в которой действуют и будут действовать пресса, радио и телевидение; 2. целях деятельности; 3. знании того, как до сих пор функционирует система массовой коммуникации в обществе; 4. планах развития этой системы. Программа соответствующего разделения функций между отдельными элементами системы, т.е. между прессой, радио и телевидением, составляет основную часть плана ее развития. Исследования в области прессы, радио и телевидения приносят ряд существенных данных, необходимых для разработки оптимального плана.

Многократная разработка; попытка синтетического подхода к проблеме, оценка исследований, проведенных до сих пор.

193

751

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

process of communication - communicator - credibility - impact - recipient - attitudes - opinions

(date; abstract's author)

H. Siwek, Jul. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

•CECOM• *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

MIKA Stanisław : Badania nad wiarygodnością nadawców

Sender Credibility Studies

Przekazy i Opinie, 1975 no 2 pp. 7-18; English and Russian summaries

The role of the sender's features in the process of communication; the influence of these features on changes of attitudes and opinions.

Analysis of selected results of experimental research on the effectiveness of impact of messages, conducted both abroad /by Yale psychologists/ and in Poland /selected M.A. dissertations/.

A high importance in the process of influence on recipients' opinions and attitudes must be attributed to such factors as the sender's competence and his intentions, the language he uses, and the age compatability of the sender and the recipient. For instance, if the recipient notices that the sender's aims may be associated with the achievement of some form of advantage by the sender, the effectiveness of the message is lower than in the case when the recipient sees the sender's intentions as disinterested. If the discrepancy between the content of the message and the recipients' initial opinions is small, then the use of technical or professional language as it were increases the sender's competence in the eyes of the recipients; whereas if this discrepancy is large, a reduction in virtual competence takes place. Reading from notes on television diminishes the competence rating of the sender concerned.

The subject has been treated previously; a verification of the conclusions of experiments conducted hitherto.

751

,польский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

процесс коммуникации - коммуникатор - достоверность - воздействие - реципиент - позиции - мнения

(Дата; автор абстракта)

7/1976, Х. Сивек

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

MIKA Stanisław : Badania nad wiarygodnością nadawców

Исследование доверия к коммуникаторам

Przekazy i Opinie, 1975 № 2 стр. 7-18; резюме на русском и английском языках

Роль черт коммуникатора в процессе коммуникации; влияние этих черт на изменение мнений.

Анализ избранных результатов экспериментальных исследований над результативностью воздействия передач, исследований проведенных за границей /исследования психологов университета в Яле/ и в Польше /избранные дипломные работы/.

Большое значение при воздействии на мнения и позиции реципиентов имеют такие факторы как: компетенции и интенции коммуникатора, язык, которым он пользуется, согласованность возраста реципиента и коммуникатора. Нп.если реципиент замечает интенции коммуникатора как связанные с достижением какой-то пользы - тогда эффективность передачи больше уменьшается чем в случае, когда реципиент считает бескорыстными интенции коммуникатора. Если расхождение между содержанием передачи и первоначальными мнениями реципиента небольшое - тогда употребление технического /профессионального/ языка как бы увеличивает компетенции коммуникатора в оценках реципиентов; если расхождения большие - тогда происходит понижение замечаемых компетенций. Чтение по листку лицами выступающими в телевидении понижает отношение к коммуникатору как к компетентному лицу.

Многократная разработка; проверка экспериментальных исследований, проведенных до сих пор.

752

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - audience - radio programme - reception - Poland

(date; abstract's author)

M. Siwek, Jul. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-68
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

STRZESZEWSKI Michał : Z badań nad audytorium radiowym w Polsce. Specyfika odbioru programu radiowego

Przekazy i Opinie, 1975 no 2 pp. 85-98; English and Russian summaries

The potential accessibility of radio and television programs; periods and times of listening; the audience of the radio programs /I, II, and III/; the audience and popularity of certain selected cyclis programs.

Survey research on a national sample of total population of Polish radio listeners over 15.

The difference between the proportion of radio receivers and television sets to the number of inhabitants is marked especially in rural areas, where radio is commonly a sole means of spending time. In general the Polish recipient is devoting more and more time to television, whilst the mean time spent in listening to radio is decreasing. The popularity of particular radio programs as compared to the total audience is as follows: program I - 83% of the listeners; II - 52%; and III - 29%. The third program is most popular among white-collar workers and persons with higher education. In the cyclic program group the top of the list is occupied by entertainment programs, radio novels, light entertainment music programs, special radio shows, radio newscasts, and sports programs.

The subject has been treated previously; this work brings up to date information on the radio audience.

752

польский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - аудитория - радиопрограмма - восприятие - Польша

(Дата; автор абстракта)

7/1976, Х. Сивек

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

STRZESZEWSKI Michał : Z badań nad audytorium radiowym w Polsce. Specyfika odbioru programu radiowego

Из области исследований радиоаудитории в Польше. Специфика восприятия радиопрограммы

Przekazy i Opinie, 1975 № 2 стр. 85-98; резюме на русском и английском языках

Потенциальная доступность к радио- и телепрограмме; время слушания радио; аудитория радиопрограмм /I, II, III/; аудитория и популярность избранных циклических передач.

Опросные исследования общепольской пробы всех радиослушателей в возрасте за 15 лет.

Различия между насыщенностью радиоприемниками и телевизорами заметны прежде всего в деревне, где радио чаще является самостоятельным способом проводить время. В общем реципиенты все больше времени посвящают пересмотру телепрограмм; в среднем уменьшается время переслушания радиопередач. Общие величины и аудитория трех программ: I - 83% радиослушателей, II - 52%, III - 29%. III программа пользуется самой большой популярностью среди работников умственного труда, людей с высшим образованием. Среди циклических передач самыми популярными являются развлекательные передачи, радиоповести, музыкально-развлекательные передачи, радиопостановки, последние радиоизвестия, спортивные передачи.

Многократная разработка; актуализирует знания о радиоаудитории.

753

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - radio serialised novel - "The Matysiak Family" - audience - opinions - personality patterns

(date; abstract's author)

H. Siwek, Jul. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 270-66
31-008 Kraków
Poland

JASIŃSKA Aleksandra, SIEMIEŃSKA Renata : Wzory osobowe a powieść radiowa /radiosłuchacze o "Matysiakach" i o sobie/

Personality Patterns and the Radio Novel - Radio Listeners on "The Matysiak Family" and Themselves

Rozprawy Ośrodka Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych. Komitet do spraw Radia i Telewizji "Polskie Radio i Telewizja", Warszawa 1975 no 138 60 pp.

The range of the audience and causes of the program's high popularity. The program is a family serial broadcasted on the national network for years. Listeners' expectations and opinions; personality types accepted by the listeners of the program; a description of the audience.

A national representative sample of Polish radio listeners.

The formula applied in the serial has in effect exhausted all further means of audience expansion. The program most often lost younger listeners, with a higher, rather than secondary, education, resident in cities, and it maintains as its regular listeners women, older persons, mainly having elementary education, and living in country areas or small towns. The circle of listeners was composed to a large extent of persons for whom it provided a substitution for absent friends or families. In their lives this program gave the opportunity of a contact with relevant social problems comprehensible to them. This group was featured by a approach to life tending towards stability and more likely to be suspicious of change, and further characteristics often found in it were acceptance of collectivistic attitudes eagerness for action and objectives of a microsocial nature /the family and private life/. It tended to approve of the traditional pattern of the family, marked by a certain degree of patriarchal relations. Only the group of white-collar workers, resident in cities, and with a higher education, approved of the family based more on the partnership of its members.

The subject has been treated previously; the first fairly comprehensive approach to reception of this serial program.

753

**польский**

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио – радиоповесть – "Матысякове" – аудитория – мнения – образцы личностей

(Дата; автор абстракта)

7/1976, Х. Сивек

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

JASIŃSKA Aleksandra, SIEMIEŃSKA Renata : Wzory osobowe a powieść radiowa /radiosłuchacze o "Matysiakach" i o sobie/

Образцы личностей и радиоповесть /реципиенты о себе и о радиоповести "Матысякове"/

Rozprawy Ośrodka Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych. Komitet do spraw Radia i Telewizji "Polskie Radio i Telewizja", Warszawa 1975 # 138 стр. 60

Объем аудитории и причины популярности радиоповести "Матысякове". Ожидания и мнения радиослушателей; одобряемые образцы личностей реципиентов; характеристика аудитории.

Общепольская репрезентативная проба радиослушателей.

Примененный в серийной радиоповести принцип, в основном исчерпал возможности увеличения аудитории. Из аудитории все чаще исключаются молодые люди, обитатели больших городов, отличающиеся больше чем средним образованием. Аудиторию составляют в основном женщины, пожилые люди с начальным образованием, обитатели деревень и поселков, которые привязались к радиопередаче. Круг реципиентов радиоповести в большой степени охватывает людей, которым радиоповесть заполняет жизненную пустоту, вызванную отсутствием семьи. В жизни этих людей радиоповесть дает им возможность встретиться с понятными для них текущими общественными вопросами. Эти реципиенты отличаются более стабилизационным отношением к жизни и неохотно воспринимают новшества. Для этой группы реципиентов часто характерно одобрение коллективных позиций, мобилизационных целей, стремления к мелким /в общественном смысле/ жизненным достижениям /семья, личная жизнь/. Они одобряют образец традиционной семьи с патриальхальными сношениями. Только молодые люди, с высшим образованием, обитатели больших городов, работники умственного труда в большой степени одобряют семьи основанные по принципу равноуправных партнеров и их независимости.

Многократная разработка; первый более детальный подход к вопросу восприятия серийной радиоповести.

754

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - readership - workers - interests

(date; abstract's author)

H. Siwek, June 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-000 Kraków
Poland

BAJKA Zbigniew : Czytelnictwo prasy wśród robotników

Press Readership Among the Workers

Zeszyty Prasoznawcze, 17:1976 no 2 pp. 39-56; Russian and English summaries

The range of press readership among the workers; reading interests - factors determining the reading activity of workers.

National survey. /N=3898 persons over 13/ An analysis of 1840 people who qualified themselves as workers.

The workers' activity in using the mass media is just slightly lower than the national average. The dailies read by them are most often the local Party papers and afternoon dailies. Among the periodicals the most popular are "Przyjaciółka", "Kobieta i Życie" /women's papers/ and magazines. The reading interests of the workers are narrower than the interests of the total number of inhabitants of Poland. They are more interested in such topics as: employment, wages, salaries, sports, sensation and entertainment. They prefer coherent and short articles. Among the main factors determining the workers reading activity are: education,age,residence /environment/.

The subject has been treated previously; this work brings up to date the existing knowledge on the workers as the recipients of mass media.

756

польский

(язык издания)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

местная печать - модель - чтение - функции - Польша

**DĘBOWSKI Lechosław** : Prasa powiatowa i jej współczesna rola społeczna

Районная печать и ее современная общественная роль

Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW "Prasa-Książka-Ruch", Kraków 1975 стр.139-204. Materiały, вып. 30

Круг читателей районной /повятовой/ печати; ее место в системе польской печати. Содержание районной печати, ее общественные функции и перспективы развития.

Исследование на местах в выбранных районах /интервью, заочная анкета/. Анализ содержания выбранных периодических изданий.

Образование читающих и их место жительства в значительной степени влияют на принадлежность к кругу читателей районной печати.Эти факторы значительно определяют также интерес к местным проблемам; эти проблемы увеличивают привлекательность изданий. Тем не менее удельный вес местной проблематики в районной печати превышает действительные потребности читателей. Существование газеты этого типа способствует общественной интеграции жителей. Но такая печать не в состоянии способствовать общественной интеграции на более высоком уровне. Существуют большие возможности развития местной печати даже в таких местах, где у нее нет никаких традиций. Это требует однако большей адаптации ее модели и содержания к требованиям читателей.

Одно из исследований на эту тему; отчет об исследованиях, проведенных в 1969 - 1972 г.г.; содержит целый ряд размышлений относительно характера газет, выходящих в административных границах меньших чем область /воеводство/.

(Дата; автор абстракта)

7/1976, Х. Сивек

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

758

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass communication - theory - research - mass communication model - social bond - role - interpersonal relations

(date; abstract's author)

S. Dziki, Jul. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-88
31-008 Kraków
Poland

MIKUŁOWSKI POMORSKI Jerzy : Środki masowego komunikowania a problem więzi społecznej

Mass Media of Communication and the Problem of Social Bond

Zeszyty Naukowe /Special Series: Monographs/. Akademia Ekonomiczna w Krakowie no 33:1976 p. 409; bibl.; English and Russian summaries

Sociological problems in mass media research.

Theoretical essay referring to the literature /especially from the English-speaking countries/.

An attempt to show the rising importance of sociological problems in mass media research. The first part: description of the phenomena of mass communication in the light of the basic concepts of the social sciences. The historical development of these concepts. The questions of personality, instincts, needs, public opinion, opinions, attitudes, interaction, the social mass, the crowd, audience, and finally of the global society treated as a mass or as a pluralist society. The second part consists of three chapters. The first is a description of the sources and nature of information and data of mass communication research, with particular emphasis on the inspiration drawn from the practice as understood, in a fairly wide sense, for mass media research. The second presents an analysis of 11 models for mass communication process and a description of their usefulness for research. The third chapter is a critical presentation of attempts to explain the phenomena of mass communication in the light of the principles of certain sociological theories, and in particular of the theory of system analysis. The third part, which offers criticism and suggestions, contains an attempt to define the fundamental sociological problems of mass communication in the light of the ontological categories of magnitude, diversity, time and space. An attempt to explain the role of the social bond in the processes of reception of mass communication, with particular references to the role of utilisation of received media content by recipients in interpersonal relations.

The first work of its kind.

754

польский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - чтение - рабочие - интересы

(Дата; автор абстракта)

6/1976, Х. Сивек

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

BAJKA Zbigniew : Czytelnictwo prasy wśród robotników

Чтение прессы в рабочей среде

Zeszyty Prasoznawcze, 17:1976 № 2 стр. 39-56; резюме на русском и английском языках

Распространение прессы среди рабочих; интересы читателей как факторы определяющие степень читаемости прессы рабочими.

Общепольские опросные исследования лиц в возрасте выше 13 лет. Исследования проводились на пробе насчитывающей 3898 человек. Анализ группы 1840 человек, которые относят себя к рабочим.

Активность рабочих в области использования средств массовой информации и пропаганды только немного ниже по сравнению со средним показателем по стране.Рабочие читают в среднем меньше наименований печатных изданий по сравнению со средним общепольским показателем. Среди ежедневных газет они чаще всего читают партийные и вечерние газеты. Среди журналов наибольшей популярностью среди них пользуются журналы "Przyjaciółka", "Kobieta i Życie" и ежемесячные иллюстрированные журналы. Читательские интересы рабочих более узки, нежели интересы всех читателей Польши.Более интенсивно они ищут в прессе такие темы как: найм, зарплата, другие типы вознаграждения, спортивные, сесационные и развлекательные темы. Больше всего их привлекают сжатые и короткие печатные публикации. К главным факторам, обусловливающим активность рабочих по отношению к прессе относятся: образование, возраст, место жительства /среда/.

Одно из исследований на эту тему; вносит новые данные в существующие представления о рабочих как реципиентах массовой информации.

756

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

local press - model -
readership - functions -
Poland

(date: abstract's author)

H. Siwek, July 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

DĘBOWSKI Lechosław : Prasa powiatowa i jej współczesna rola społeczna
The District Press and its Contemporary Social Role

Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW "Prasa-Książka-Ruch", Kraków 1975 pp. 139-204.
Materiały vol. 30

The readership of district press; its place in the Polish press system. The content of district press, its social functions and development perspectives.

Field research in selected districts /interview on a questionnaire, mail survey/. Content analysis of selected papers.

The readership of the district press is apparently influenced by the education and residence of the recipients. It is clearly determined by the interests in local problems; these problems make the paper attractive for its recipients. However the proportion of the strictly local topics in district papers is higher than the actual needs of the readers. The existence of that local paper is conducive to the integration of local community. This press, however, does not have the integrating function outside the region. The chances for the development of readership of local press are great even in the regions where such papers do not have any tradition. But this requires better adjustement of the model and content of this press to the expectations of the recipients.

The subject has been treated previously; a report from research conducted in 1969-72; it contains a number of reflections on the model of papers appearing in a region smaller than voivodship.

758

**ПОЛЬСКИЙ**

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

массовая коммуникация - теория - исследования - модель массовой коммуникации - общественная связь - роль - межличные отношения

(Дата; автор абстракта)

7/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

MIKUŁOWSKI POMORSKI Jerzy : Środki masowego komunikowania a problem więzi społecznej

Средства массовой коммуникации и проблем общественной связи

Zeszyty Naukowe /специальная серия: Monografie/. Akademia Ekonomiczna w Krakowie, # 33:1976 стр. 409, библ.; резюме на русском и английском языках

Социологическая проблематика в исследованиях массовой коммуникации.

Теоретический доклад по литературе предмета /особенно учитывая англосасскую литературу/.

Попытка показать повышающееся значение социологической проблематики в исследованиях массовой коммуникации. В первой части обсуждается процесс массовой коммуникации с точки зрения основных понятий социальных наук. Аспект исторического развития этих понятий. Речь идет о: личности, инстинктах, потребностях,общественном мнении, мнениях, позициях, интеракции, общественной массе, толпе, аудитории, и наконец о дилемме понимания глобального общества как массового или плюралистического общества. Вторая часть состоит из трех глав. В первой главе характеризуются истоки и характер сведений о массовой коммуникации, большое внимание уделяется инспирации происходящей из широко принятой практики предпринимать исследования над массовой коммуникацией. Во второй главе анализируются 11 моделей массовой коммуникации и характеризуется их исследовательская пригодность. В третьей главе представляются критические попытки определить некоторые социологические теории, особенно системный анализ. Третья часть содержит: критику и предложения, попытку определить основную социальную проблематику массовой коммуникации в духе онтологических категорий: многости, разнообразия, времени и пространства. Предпринялись попытки выяснить роль общественной связи в процессах массового восприятия, учитывая особенно роль действий которые являются проявлением утилизации содержания, полученного благодаря массовой коммуникации в межличных отношениях.

759

Romanian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - language - effectiveness - correctness - comprehensibility

(date; abstract's author)

Z.E. Pfatilă, Aug. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 278-18
31-008 Kraków
Poland

CORECTITUDINEA SI ACCESIBILITATEA IN LIMBAJUL PRESEI

CORRECTNESS AND ACCESSIBILITY OF THE LANGUAGE OF THE PRESS

Presa noastră, 1976 no 3 pp. 7-8

Theory and models of the language of the press.

Publicistic article.

"Correctness" and "accessibility" - these are the two fundamental demands of the present style in press, two concepts which in the practice of writing being correlative, condition each other. The language being a social instrument of communication in different ways, in different circumstances and in different environments, the press has a determining role in the development of the language especially when it gives to its public a clear, persuasive and efficient communication. The decisive role of the school in the development of the language,the role of the press in coming into being and spreading the linguistic innovations. The particular importance of a correct and accessible language for journalism as well as for radio and television.

759

румынский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - язык - эффективность - исправность - понятность

(Дата; автор абстракта)

7/1976, З.Е. Фретсилӑ

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-08
Польша

■ ЦЕКОМ ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

CORECTITUDINE SI ACCESIBILITATE IN LIMBAJUL PRESEI

ПРАВИЛЬНОСТЬ И ДОСТУПНОСТЬ ЯЗЫКА

Presa Noastră, 1976 № 3 стр. 7-8

Теория и модели языка печати.

Публицистическая статья.

"Правильность" и "доступность" это два основных требования по отношению к современному стилю печати, два определения, которые в ежедневной практике не исключают друг друга, но, наоборот, взаимозависят друг от друга. Так как язык является общественным орудием коммуникации в разных обстоятельствах и в разной среде, печать играет важную роль в развитии языка в особенности тогда, когда доставляет своим читателям понятные, убедительные и эффективные передачи. Обсуждается решающая роль школы в развитии языка, роль печати в создавании и популяризации новых языковых форм. Обращается также внимание на особое значение правильного и доступного языка в печати, на радио и телевидении.

760

Slovakian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

television - television program - functions - reception - audience

(date; abstract's author)

K. Denešova, Jan. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

**●CECOM●** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

BREČKA Samuel : Televizia ako prostriedok výchovy, zábavy a informacie
Television as a Means of Education, Entertainment and Information

Osveta, 1975 no 5 pp. 28-33

Observation and popularity of particular TV programs from the viewpoint of educational, entertaining and informative function of television.

Sociological research on TV public, popularization of some results of the final report.

Reasons of TV watching, differences among groups of TV public. Position of learning, entertainment and information in the structure of needs and expactations of TV public. Observation of particular kinds of TV programs and the chances of their popularity. Conditions of educational influence of television.

Popular explanation of some results of primary sociological research.

760

словацкий

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

телевидение - телепрограмма - функции - восприятие - аудитория

(дата; автор абстракта)

1/1976, К. Денешова

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

**ЦЕКОМ** ▪ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

BREČKA Samuel : Televizia ako prostriedok výchovy, zábavy a informacie

Телевидение как средство воспитания, развлечения и информации

Osveta, 1975 № 5 стр. 20-33

Восприятие и популярность отдельных телепрограмм с точки зрения воспитательной, развлекательной и информационной функции телевидения.

Социологические исследования телевизионной аудитории, популяризация некоторых результатов исследований.

Причины восприятия телепрограммы, различия между группами телеаудитории. Просветительские, развлекательные и информационные программы в структуре потребностей и ожиданий телеаудитории. Пересмотр отдельных типов телепрограмм и возможность их воздействия на телеаудиторию, различия в популярности этих программ. Условия воспитательного влияния телевидения.

761

Slovakian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

process of communication - communicator - journalist

DRASTICH Oldo : Redaktori odborných časopisov vydavatelstva "Priroda"

The Editors of Scientific Periodicals of the Publishing House "Priroda"

Vyskumny ústav kultury a verejnej mienky v Bratislave, Inštitút pre výskum masových komunikačných prostriedkov, Bratislava 1975 180 pp.

Sociological research on communicator - his position in editorial and communication system.

Research using interview based on a questionnaire on a sample of 20 editors.

Theoretical questions: basic terms, communicator's process of communication, institute of communication and its environment. Systems of editorial offices, activities, products /description of editorial offices and journals, activities and roles of communicators, content analysis of papers/. Qualification of communicator - his own feed-back. Education, knowledge of foreign languages of editors. Practice as a source of attitudes towards education. Function of periodicals as seen by communicators. The necessary equipment of editorial office. This work is a part of broad research of the system of scientific journals published in Slovakia.

The first work of its kind in Slovakia.

(date; abstract's author)

K. Denešova et al., Mar.1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

761

словацкий

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

процесс коммуникации - коммуникатор - журналист

(Дата; автор абстракта)

з/1976, К. Денешова и кол.

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

DRASTICH Oldo : Redaktori odborných časopisov vydavatelstva "Priroda"

Редакторы журналов издательства "Природа"

Vyskumny ústav kultury a verejnej mienky, Inštitut pre výskum masovych komunikacnych prostriedkov, Bratislava 1975 стр. 180

Коммуникатор - его место в издательской системе и в системе массовой коммуникации /на примере издательства "Природа" в Словакии/.

Интервью с 20 редакторами.

Теоретические вопросы: основные термины, процесс информации через печать, редакция и ее среда. Система организации работы в редакции. Квалификации, возраст, образование редакторов. Знание иностранных языков - существующее положение и потребности; практика как средство образования; воззрения и их связь с образованием. Функция журналов с точки зрения редакторов. Необходимые средства для работы редакции.

763

Slovakian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - socialist propaganda - emotive means

(date; abstract's author)

K.Denešová et al.,March 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 270-66
31-008 Kraków
Poland

●CECOM● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

KAMENÍK Pavel : K problematike emoti foriem socialistickej propagandy
The Problems of Emotional Forms of Socialist Propaganda

Výskumný ústav kultúry a verejnej mienky, Inštitút pre výskum masových komunikačných prostriedkov, Bratislava 1975 119 pp.

Emotional expression in mass media.

Theoretical analysis of the problems of emotional expression.

Difference between Marxist-Leninist propaganda and the bourgeois propaganda, the system of socialist propaganda and its rational and emotional effect. Art in journalism, its ideology, unity of journalistic and artistic forms. Emotional propagandistic expression and its types. Propagandistic value of artistic expression. Book based on investigation made within national research "Investigations of social problems of culture and propaganda of a socialist society".

763

словацкий

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - социалистическая пропаганда - эмотивные средства

(Дата; автор абстракта)

3/1976, К. Денешова и кол.

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-08
Польша

■ ЦЕКОМ ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

KAMENIK Pavel : K problematike emoti foriem socialistickej propagandy

О проблемах эмотивных форм в социалистической пропаганде

Vyskumny ustav kultury a verejnej mienky - Inštitut pre výskum masových komunikacnych prostriedkov, Bratislava 1975 стр. 119

Эмоциональные пропагандистские формы в средствах массовой информации и пропаганды.

Теоретический анализ.

Различия между марксистско-ленинской и буржуазной пропагандами, система социалистической пропаганды и ее рациональные и эмоциональные результаты. Искусство в журналистике, его идеология, общность журналистских и художественных форм. Эмоциональные пропагандистские формы и их типы. Пропагандистские достоинства художественного высказывания.

764

Russian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - non-aligned countries - cooperation

(date; abstract's author)

M. Banach, Sept. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-86
31-008 Kraków
Poland

БЕРБЕРОВИЧ М. : Неприсоединение и информирование

BERBEROVICH M. : Non-Alignement And Information

Международная Политика /Beograd/, 1976 no 625 pp. 1-3

The mass media in the non-aligned countries.

Publicistic article.

The author - the President of the Federal Committee for Information of Yugoslavia - discusses the cooperation of non-aligned countries in the scope of the informational activity and mass media usage. This matter is of special political importance. Information as an inseparable part of the general politics, is one of the necessary conditions of cooperation of non-aligned countries in all other fields of their activity. The possibility of a quick adaptation of the national mass media for information transmission on an international scene is a stimulus for the cooperation in this field. The non-aligned countries have an ever more important role in the international scene as the initiators of special types of international activities. A discussion of the undertakings in this scope. One of these is the establishment of a press agency of the Third World countries under the auspices of TANJUG. TANJUG which coordinates the activities of this new institution, provides the equipment and takes care that all aspects of life in the non-aligned countries be properly presented by the mass media. This new institution does not plan to compete with the great press agencies in conveying of information. Its aim is to complement the one-sided information services of these agencies.

764

русский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - неприсоединившиеся страны - сотрудничество

(Дата; автор абстракта)

9/1976, М. Банах

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-[illegible]
Польша

▪ **ЦЕКОМ** ▪ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

БЕРБЕРОВИЧ М. : Неприсоединение и информирование

Международная политика, Белград, 1976 № 625 стр. 1-3

Вопросы функционирования средств массовой информации в неприсоединившихся странах.

Публицистическая статья.

Автор статьи - председатель профсоюзного Комитета по вопросам информации в Югославии - посвящает свою работу сотрудничеству неприсоединившихся стран в области информационной деятельности и средств массовой информации. Эта проблема имеет большое политическое значение. Информирование - как неотъемлемая часть общей политики - является одним из главных факторов сотрудничества неприсоединившихся стран во всех других областях их деятельности. Этому сотрудничеству способствует возможность быстрой приспосабливаемости национальных средств массовой информации к передаче информации на международную арену, где неприсоединившиеся страны играют все более значительную роль как инициаторы определенных типов международной деятельности. Конкретные меры в этой области. К одной из них относится создание при агентстве ТАНЮГ - информационного агентства стран третьего мира. ТАНЮГ, которое координирует деятельность этого нового агентства, обеспечивает не только техническую базу, но и заботится о своевременном информировании обо всех событиях в неприсоединившихся странах. Это новое агентство не рассчитывает конкурировать с большими мировыми агентствами в области распространения информации. Его цель - дополнение одностороннего освещения событий другими агентствами.

766

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

scientific periodicals - history - development - world

(date; abstract's author)

S. Dziki, Jul. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-46
31-008 Kraków
Poland

•**CECOM**• *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

OSTROWSKA Teresa : Czasopisma w nauce
Periodicals in Science

Przegląd Humanistyczny, 19:1975 no 9 pp. 61-73, no 10 pp. 57-68

Development trends in the contemporary world academic and scientific press.

Essay referring to the literature of the subject; analysis of statistical and bibliographical material.

The concept of a scientific periodical and the difficulties of definition /as periodicals appearing not more than once a week and not less than once annually and containing scientific or academic matter/. Publishing forms considered as prior to scientific periodicals: scientific correspondence. The first scientific periodicals. The modern scientific periodical is the product of a process of evolution, selection and adaptation of various literary forms over a period of several centuries. Three components of the scientific periodical: the article section, the informational and report section, and the informational section. The scientific periodical's two functions - to distribute information and to secure the author's rights of priority. In the firts period of development, scientific periodicals fulfilled chiefly the purpose of mutual information. The increasing number of such periodicals devoted to the natural sciences; the ratio of the number of periodicals dealing with the natural and technical sciences to those of the arts and social sciences is as 3:2. The scientific periodical is among the most frequently used sources of information, since it is easily accessible, and contains fairly new information, which is collectively assessed and has a complex /"comprehensive, multilateral, and diversified"/ nature. Criticism of the modern publishing forms /incl. the overabundance of periodicals and articles, the dispersion of papers throughout various periodicals, the expense of such periodicals in which only a certain fraction of the articles usually interest the individual reader/. In the opinion of researchers, however, these criticisms do not diminish the esteem which scientific periodicals have hitherto enjoyed - it is in fact the scientific journal which has developed its own organised system of analysis and selection of articles thanks to an appropriate scheme of reviewing.

Originality of work due to its synthetic approach to the subject.

766

ПОЛЬСКИЙ

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

научные журналы - история - развитие - мир

(дата; автор абстракта)

7/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-60
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

OSTROWSKA Teresa : Czasopisma w nauce
Журналы в науке

Przegląd Humanistyczny, 19:1975 № 9 стр. 61-73, № 10 стр. 57-68

Направления развития современных научных журналов в мире.

Доклад по литературе предмета; анализ статистического и библиографического материала.

Дефиниции научного журнала и трудности связанные с однозначным определением этого понятия /эта дефиниция охватывает периодические журналы, помещающие научные материалы/. Научная переписка - родительская форма предшествующая научным журналам. Современный научный журнал - результат эволюции отбора и переделок разных литературных форм на протяжении столетия. Три составные элемента научного журнала: часть помещающая статьи, отчетно-информационная часть, информационная часть. Две функции научного журнала: распространение информации, обеспечение приоритета автору информации. В первый период своего существования научные журналы в основном служили обмену информацией. Повышающееся количество научных журналов посвященных точным наукам /сопоставление научных журналов из области точных, естественных, технических наук с журналами из области гуманистических, а также общественных наук составляет приблизительно пропорцию 3:2/. Научные журналы считаются одним из наиболее часто использованных источников информации, потому, что они общедоступны, содержат относительно актуальные информации; эти информации комплексного характера, оцениваются коллективно /"подробные, всесторонние, разнообразные"/. Критическое отношение к современным издательским формам /м.п. избыток журналов и статей, рассредоточение работ в разных журналах, высокая цена отдельных научных журналов/. По мнению исследователей эта критика не уменьшает прежнего авторитета научных журналов - именно научные журналы благодаря определенной политике редакций выработали организованную систему анализа и отбора статей.благодаря определенной

Первая разработка в результате синтетического подхода к теме.

767

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

journalistic genres - press review - role - language

**• CECOM •** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

LUBELSKA Magdalena : Poetyka przeglądu prasowego
The Literary Style of the Press Review

Teksty, 1975 no 5 pp. 125-139

The press review and its generic structure and stylistic and linguistic features.

Linguistic and stylistic analysis of the press review on the basis of selected Polish papers.

In an age of a rapidly increasing volume of transmitted information, there can be noted an increase in the importance of the press review, with its history of nearly a century, in the field of the "secondary distribution of information and its derivatives - selection of material, homogenisation, and direction of awareness". Its basic structural features are: 1. the press review is not independent, and subject to current journalistic output, 2. its permanent location within the column, 3. it is usually an anonymous statement, this feature in principle tending to standardise opinion. "In practice, however, the Polish press review only conventionally delineates a standardisation of opinion, and despite the frequent use of pen names tends to portray individualist opinions, often through a partial selection of sympathies or antipathies. [illegible] choices need not reflect the editors' views; it may happen that persons "under attack" are published in press reviews. Often a "strong" debating style is used. The various forms of writing: the abbridged bibliographical description, or the brief but suggestive annotation "assuming various forms - from the quotation, through the precis, to the commentary, discussion, and debate".

The first work of its kind in the Polish literature of the subject.

(date; abstract's author)

S. Dziki, Jul. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-[illegible]
31-008 Kraków
Poland

767

ПОЛЬСКИЙ

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

журналистские жанры - обзор печати - роль - язык

(Дата; автор абстракта)

7/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-56
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

LUBELSKA Magdalena : Poetyka przeglądu prasowego
Поэтика обзора печати

Teksty, 1975 № 5 стр. 125-139

Обзор печати - его жанровая структура и языковые особенности.

Языково-стилистический анализ обзора печати избранных журналов.

В период резко повышающегося обилия распространяемых информаций увеличивается также роль обзора печати, имеющего на счету почти 100-летнюю традицию в области "вторичного распространения информации вместе с ее производными: отбором материала, гомогенизацией, управлением сознательностью". Существенные структурные черты:1/несамостоятельность обзора печати /это зависит от текущего печатного производства/; 2/постоянное расположение в колонке; 3/анонимность высказывания /это обычно подчеркивает стремление к стандаризации мнений/. "На самом деле польский обзор печати только конвенционально обозначает стандаризацию мнений, предъявляя несмотря на псевдоним, сильное стремление к индивидуализации - иногда путем одностороннего избрания симпатии или антипатии /это избрание не обозначает еще мнений коллектива данной редакции; бывает, что журнал печатает тексты тех журналистов, которые в обзоре печати подвергаются критике/ применяя иногда "крепкий фелЬетонный стиль". Разные формы литературного искусства: сокращенное библиографическое описание, экономная и убедительная аннотация, принимающая разные формы: /начиная с цитата, резюме по комментарий, беседу, полемику/.

В польской литературе первая разработка.

779

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - humour - satire - role

(date; abstract's author)

S. Dziki, Aug. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

ROPA Adam : Humor i satyra w polskiej prasie

Humour and Satire in the Polish Press

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 no 2 pp. 57-68; English and Russian summaries

Humour and satire in the Polish press - its nature and role.

Essay referring to the results of a quantitative and qualitative analysis.Eight daily papers /"Trybuna Ludu", "Życie Warszawy", "Express Poznański", "Gazeta Poznańska", "Głos Wielkopolski", "Kurier Lubelski", "Nowiny Rzeszowskie", and "Sztandar Ludu"/ and five illustrated magazines /"Panorama", "Panorama Północy", "Perspektywy", "Przekrój" and "Tydzień"/, appearing during the first quarter of 1974,were the object of analysis.

The main topic of humorous material was matters of custom concerning the private affairs of the individual /32.3% of the positions/. This was followed by: the economy /9.9%/, culture and the arts /8.6%/. The list of most frequently criticised vices and faults included: stupidity and narrowness of mind, the attitude to life of the consumer society, irresponsibility, and bureaucracy. Humorous material in the Polish press rarely assumed the form of commentary of current events, and was usually published in the magazine editions of newspapers or in regular columns in weeklies. In comparison with certain foreign dailies /"Pravda", "Izviestia", "The Guardian", and "The Sun"/ it had little connection with the urgent and controversial topical affairs that are of most interest, though the foreign dailies analysed by the author may not be said to supersede the Polish press in terms of quantity of humorous matter published. However they most definitely were their superiors as regards topicality and importance of the subject handled, the large amount of political satire, virtually absent in the Polish press.

The first work on the subject in the Polish literature.

779

польский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - юмор - сатира - роль

(Дата; автор абстракта)

8/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

**ЦЕКОМ** Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды

ROPA Adam : Humor i satyra w polskiej prasie
Юмор и сатира в польской прессе

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 № 2 стр. 57-68; резюме на русском и английском языках

Юмор и сатира в польской прессе - их характер и роль.

Доклад по результатам количественного и качественного анализа; объектом анализа было 8 ежедневников /"Trybuna Ludu", "Życie Warszawy", "Express Poznański", "Gazeta Poznańska", "Głos Wielkopolski", "Kurier Lubelski", "Nowiny Rzeszowskie", "Sztandar Ludu"/ и 5 иллюстрированных магазинов /"Panorama", "Panorama Północy", "Perspektywy", "Przekrój" и "Tydzień"/ издаваемых в первой четверти 1974 г.

Основной темой комических произведений является нравственная проблематика, касающаяся личных дел человека /32,3% всех материалов/; более далекое место занимают произведения посвященные: экономическим вопросам /9,9%/ а также искусству и культуре /8,6%/. Чаще всего критике подвергаются такие недостатки как: тупоумие и ограниченность, потребительское отношение к жизни, неответственность, бюрократизм. Комические произведения в польской прессе редко представляют собой комментарий к актуальным событиям /они публикуются, как правило, в иллюстрированных приложениях, или же в постоянных колонках еженедельников/. Сопоставляя польские газеты с некоторыми зарубежными /"Правда", "Известия", "The Guardian", "The Sun"/ польские газеты оторваны от наиболее насущных, актуальных дел и событий, которыми интересуются читатели. Зарубежные газеты, анализируемые автором, не превосходят польских газет по количеству публикуемых комических произведений, но, несомненно, опережают их степенью актуальности и важности затрагиваемых проблем. Особенное внимание привлекает большое количество политической сатиры, практически отсутствующей на страницах польской печати.

В польской литературе первая разработка.

ежедневников /"Trybuna Ludu",

781

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - readership - youth - workers - conditions

(date; abstract's author)

A. Skowroński, Aug. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

WASIAK Kazimierz : Czytelnictwo prasy w środowisku szczecińskiej młodzieży robotniczej. /Wyniki badań ankietowych/

Press Readership Among the Szczecin Working Youth - Results of a Survey

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 no 2 pp. 37-50; English and Russian summaries

The range of press readership among the working youth of Szczecin; factors dynamising the growth of press readership.

A survey was conducted in 1973 on a representative sample of Szczecin working youth. /N=452/ represented 1.2% of the city's total population of young people.

Three circles of readers may be distinguished in the studied environment: 1. group A /infrequent readers/ - 1.7 papers per person; this group contained 17.6% of the total sample; 2. group B /average readers/ - 3.7 papers per person, with 47.7% of the sample population in this group; 3. group C /intensive readers/ - 6.6 papers per person and with 33.2% of the sample population in this group. The differences between these groups may be reduced to the factors of number of papers read per person and the percentage constitution in each group of readership of individual papers. The rule determining the increase of readership ensuing from this may be called the principle of "added" press. The optimal factors for press readership are residence in a large conurbation, secondary education, employment in a relatively large establishment, a fairly good income, employment in an establishment with an increasing propaganda and cultural program, and a general interest in world affairs.

The subject has been treated previously; this work provides further information on the range of press readership among the working youth.

781

польский

(язык подлинника)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

печать - чтение - молодежь - рабочие - условия

(Дата; автор абстракта)

8/1976, А. Сковроньски

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

WASIAK Kazimierz : Czytelnictwo prasy w środowisku szczecińskiej młodzieży robotniczej /Wyniki badań ankietowych/

Чтение прессы рабочей молодежью г. Щецина /Результаты опросных исследований/

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 № 2 стр. 37-50; резюме на русском и английском языках

Пределы чтения прессы в среде рабочей молодежи в г. Щецине; факторы влияющие на рост чтения прессы.

Опросные исследования проведенные в 1973 г. на пробе представительной для щецинской рабочей молодежи. Опрошено было 452 человека, т.е. около 1,2% всего рабочего населения этого города.

В опрашиваемой среде выделяются три читательских круга: круг А - 17,6% опрошенных; средняя составляет здесь 1,7 читаемых заглавий; круг Б - 47,7% со средней чтения 3,7 и круг В - 32,2% со средней 6,6 заглавия. Различия в чтении между этими группами сводятся к числу читаемых заглавий и к пределу /в %/ чтения отдельных заглавий. Вытекающий из этого закон управляющий ростом чтения можно назвать принципом приложенной печати. Положительные факторы стимулирующие чтение печати: жительство в городской среде, полное среднее образование, работа на сравнительно крупном предприятии, получение сравнительно высокого заработка, работа на предприятии с развернутой культурно-пропагандистской деятельностью, общий интерес к миру.

Многократная разработка; уточняет сведения в области пределов чтения печати в среде рабочей молодежи.

782

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

students' periodicals - history - Poland - after 1945

(date; abstract's author)

S. Dziki, Aug. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-88
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

CZASOPISMA STUDENCKIE W POLSCE /1945-1970/. Pod redakcją Andrzeja K. Waśkiewicza

POLISH STUDENTS' NEWSPAPERS AND MAGAZINES. Edited by Andrzej K. Waśkiewicz

Zarząd Główny Socjalistycznego Związku Studentów Polskich, Warszawa 1975,398 pp.

The history of the Polish student press in the post-war period.

Essay referring to the literature of the subject, memoirs; analysis of selected papers; bibliographical methods.

The concept of the student publication: 1. a publication which is the organ of a student organisation; 2. a publication for students; 3. a publication published by a students' organisation and intended for students and any other readers groups; 4. publication issued by academic establishments and edited by students and academic workers; 5. publications for students' academic clubs and associations; 6. information bulletins issued by students' organisations. The main development trends and periodisation of this type of press. A detailed description of the press publishing activities of various regional centres /Gdańsk, Cracow, Lublin, Łódź, Olsztyn, Opole, Poznań, Rzeszów, Szczecin, Upper Silesia, Toruń, Warsaw and Wrocław/. The stress has been laid not on the interpretation of phenomena and the qualitative assessment of individual titles, but rather on the collection of a body of facts. A monographic description of some selected publications /"Po prostu", "Nowy Medyk", "Politechnik", "Czarno na białym", "Odnowa", "ITD", "Agora", "Student", etc.". These are all publications which have surpassed their originally intended limited range of readers and have won and maintained a permanent place nationwide in modern Polish journalism. The supplement contains the following: 1. a chronological bibliography of Polish student publications /up to 1972; 327 papers with detailed descriptions/, 2. a bibliography of works on the subject; 3. an alphabetical index of names and papers.

The first monograph.

782

**ПОЛЬСКИЙ**

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

студенческие журналы - история - Польша - после 1945

(Дата; автор абстракта)

8/1976, С. Дзикн

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 218-08
Польша

CZASOPISMA STUDENCKIE W POLSCE /1945-1970/. Pod redakcją Andrzeja K.Waśkiewicza

СТУДЕНЧЕСКИЕ ЖУРНАЛЫ В ПОЛЬШЕ /1945-1970/. Под редакцией Анджея К. Васькевича

Zarząd Główny Socjalistycznego Związku Studentów Polskich, Warszawa 1975 стр.398

История студенческой журналистской печати в Польше в послевоенный период

Доклад по литературе предмета и мемуарным материалам; анализ избранных статей; библиографические методы.

Определение студенческого журнала: 1. журнал - орган студенческой организации; 2. журнал для студентов; 3. издается студенческими организациями, журнал предназначенный так для студентов как и для других читательских групп; 4. вузовские журналы издаваемые студентами и научными работниками; 5. журналы студенческих научных обществ; 6. информационные бюллетени студенческих организаций. Самые важные направления развития и периодизация истории студенческой печати. В первой части тщательная характеристика печатно-издательской активности отдельных издательских центров /Гданск, Краков, Люблин, Лодзь, Ольштын, Ополе, Познань, Жешув, Щецин, Силезия, Торунь, Варшава, Вроцлав/. Особое внимание уделяется не интерпретации явлений, качественной оценке отдельных журналов, но накоплении фактографических материалов. Во второй части находится монографическая разработка избранных журналов /"Po prostu", "Nowy Medyk", "Politechnik", "Czarno na białym","Odnowa", "Itd", "Agora", "Student" и др./ - которые вышли за узкие пределы реципиентов, достигли, или достигают прочное место в современной польской журналистике. В приложении: 1. библиография студенческих журналов в хронологическом порядке/до 1972 г.; 327 публикаций с обширным описанием/; 2. библиография работ; 3. алфавитный указатель фамилий и заглавий.

Первая разработка.

783

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - sports press - history - periodisation - Poland

(date, abstract's author)

S. Dziki, Aug. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 278-68**
**31-008 Kraków**
**Poland**

**TUSZYŃSKI Bogdan : Sprintem przez prasę sportową**

**A Sprint Through the Sports Press**

**Wydawnictwo Ministerstwa Obrony Narodowej, Warszawa 1975 551 pp.; bibl.**

**The history of the Polish sports press and the development of sports journalism from 1881 to the present day.**

**Essay based on the literature of the subject, memoir and archival material, and a comprehensive knowledge of the subject-matter of the sports press.**

**The first Polish sporting newspapers appeared in 1881 /"Przewodnik Gimnastyczny"/, and up to 1939 there had been published in Poland 216 newspapers and magazines devoted to physical culture. Periodisation of the Polish sporting press /1881-1918; 1918-27; 1928-39; 1945-48; 1949 to the present/. The nature of the sports press changed in accordance with the changing social role of sport. In the course of time sensational descriptions of sportsmen's achievements, treated as a singular type of hobby were replaced by articles showing the educational and social benefits of sport. The sports press played a large part in the attribution of the appropriate social status to sport. Detailed description of selected papers and the teams of journalists responsible for them. Revival of the sporting press in Poland after 1945. The key problems in Polish physical culture in the period 1945-48 and their reflection in the sporting press. A list of publications dealing with physical culture in the period 1881-1939. Fundamental statistics of sporting publications appearing at present.**

**The first monograph on the subject in the Polish literature.**

783

польский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - спортивная печать - история - периодизация - Польша

(Дата; автор абстракта)

8/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-06
Польша

TUSZYŃSKI Bogdan : Sprintem przez prasę sportową

Беглый обзор спортивной печати

Wydawnictwo Ministerstwa Obrony Narodowej, Warszawa 1975 стр. 551

История спортивной печати в Польше; формирование спортивной журналистики с 1881г. до настоящего времени.

Доклад по литературе предмета, мемуарным и архивным материалам и также использующий общие сведения по отношению к содержанию обсуждаемой печати.

Первый спортивный журнал в Польше основался в 1881 г. /"Przewodnik Gimnastyczny"/; до 1939 г. издавались в Польше 216 журналов, посвященных физической культуре. Периодизация истории польской спортивной печати /1881-1918, 1918-1927, 1928-39,1945-48, 1949 - до настоящего времени/. Природа спортивного журнала изменялась вместе с повышающейся общественной ролью спорта; сенсационные описания спортивных подвигов /понимаемых как своеобразное хобби/ по мере течения времени заменили публицистические статьи, показывающие воспитательские и общественные достоинства спорта. Спортивные журналы сыграли большую роль в хорошей оценке общественной ранги спорта.Тщательная характеристика избранных журналов и журналистских коллективов издающих эти журналы. Возобновление спортивной печати в Польше после 1945 г. Основные проблемы физической культуры в Польше в 1945-1948 г.г. и их отражение в польской спортивной печати. Список журналов за 1881-1939 г.г. посвященных физической культуре. Основные данные о спортивных журналах издающихся в настоящее время.

Первая в польской литературе разработка монографического характера.

784

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - Polish imigrants

press - history - Hungary - 1939-1944

(date; abstract's author)

S. Dziki, Aug. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-68
31-008 Kraków
Poland

● CECOM ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ANTONIEWICZ Zdzisław : Uchodźcza prasa na Węgrzech /1939-1944/

The Polish Emigré Press in Hungary /1939-1944/

Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego, 14:1975 no 2-3 pp. 285-309

The forms and range of press publishing activities practised by Polish emigres in Hungary during the Nazi occupation.

Essay based on memoirs, archival material, and a comprehensive knowledge of the subject-matter of these publications.

The traditions of the Polish press in Hungary. The first signs of an organised system of information for the groups of emigres from the Polish territories occupied by the Nazi invader were the "spoken newspapers" - public distribution of news heard from the radio. In the larger communities such oral transmissions were made permanent and available in the form of poster-like news-sheets. As the social and professional organisation of the Polish community progressed, camp newspapers were started. These on the whole appeared in the P.O.W. camps, which were usually better organised. Such primitive forms of communication did not however satisfy the Polish emigré leadership, and hence the efforts to create a normal type of press. A large part was played here by professional journalists. On 2 November 1939 there appeared the first issue of "Wieści Polskie", which was subject to the diplomatic powers. Information was drawn from the Hungarian press and press agencies. "Wieści" were also distributed in other countries. The success of this publication encouraged other initiatives, including "Młodzież", a young poeple's magazine, the first issue of which appeared in March 1943. The conditions of publication were complicated by the Nazi occupation of Hungary in 1944, but the new Hungarian government was liberal in its treatment of the Poles' activities. The result of this was a new periodical, "Słowo" /first issue out on 20 September 1944/, of a social and economic nature.

The subject has been treated previously; systematisation of facts previously known from journalistic publications and memoirs.

784

польский

*(язык публикации)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - печать польских эмигрантов - история - Венгрия - 1939-1944

*(Дата; автор абстракта)*

8/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

**ANTONIEWICZ Zdzisław :** Uchodźcza prasa na Węgrzech /1939-1944/

Эмигрантская печать в Венгрии /1939-1944/

Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego, 14:1975 вып. 2-3 стр. 285-309

Формы и пределы печато-издательской деятельности польских эмигрантов в Венгрии в период гитлеровской оккупации.

Доклад по мемуарным и архивным материалам; использование общего знания содержания обсуждаемой печати.

Традиции польской печати в Венгрии. Первым проявлением организованной системы информации для эмигрантов из польских земель захваченных гитлеровцами были "говоримые газеты" - распространение известий поступающих при помощи радио. В больших эмигрантских группировках устные передачи закреплялись и распространялись в виде стенгазет. По мере повышения социально-профессиональной активности польского населения, стали издаваться лагерные подпольные газеты. Они издавались в основном в военных лагерях, которые, разумеется, были лучше организованы. Однако руководителям эмигрантов мало было этих примитивных форм коммуникации, поэтому и они стремились создать настоящую печать.Здесь активное участие оказали профессиональные журналисты. 2.XI.1939 г. издался первый номер газеты "Wieści Polskie", подчиненной дипломатическим властям. Информаций доставляли венгерские газеты и венгерская информационная служба."Wieści" распространялись также в других странах. Издательский успех этой подпольной газеты поощрил к расширению издательской деятельности /м.п. в марте 1943 г. издался первый номер молодежного журнала "Młodzież"/. Издательские условия осложнились после оккупации Венгрии гитлеровцами /1944 г./ но новое венгерское правительство либерально относилось к деятельности поляков. Результатом этой деятельности было новое периодическое издание "Słowo" /первый номер:20.IX.1944г./ социально-экономического характера.

Многократная разработка; более детальное определение фактов известных по журналистским и мемуарным публикациям.

785

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - readership - conditions

(date; abstract's author)

A. Skowroński, Aug. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 278-86**
**31-008 Kraków**
**Poland**

●**CECOM**● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

BAJKA Zbigniew : Kto nie czyta prasy?

Who Doesn't Read the Papers?

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 no 1 pp. 29-42; English and Russian summaries

Description of the social and demographic characteristics of persons who do not read the papers and of the opinions expressed by them. Comparison of this group with those who do not use radio and television.

Analysis of empirical data from a survey carried out in 1974 on a 10 000 national representative sample of the population over 14 in Poland.

The factors responsible for lack of contact with the press may be divided into territorial, social, and biological categories. Territorially - the largest group of non-readers was resident in country regions, and the causes of its non-readership were chiefly a lower level of education, cultural habits as well as the lesser availability of the press in rural areas. The most important of the social factors were: education, social and professional activity, economic status. There was almost a direct correlation between these factors and readership of the press. Among the biological factors the most important was age; the largest group of non-readers was aged 50 and over. A comparison of the group of non-readers of the press with the group not using radio or television suggested that the characteristics of the two groups were similar, though not necessarily identical. In recent years, for example, there had been observed an increase in interest in television as compared to the press in rural districts among the youngest age group /14-17/. On the other hand there was a reverse process among the most educated, indicating a certain weariness with respect to television compensated by a return to the press. This description of non-readers of the press determining the group's social and demographic features enables practical measures to be taken to encourage readership among its members.

The first work of its kind.

785

польский

(язык подлинника)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

печать - чтение - условия

(Дата; автор абстракта)

8/1976, А. Скоовроньски

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

■ ЦЕКОМ ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

**BAJKA Zbigniew** : Kto nie czyta prasy ?

Кто не читает прессы ?

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 № 1 стр. 29-42; резюме на русском и английском языках

Характеристика общественно-демографических качеств группы лиц, не читающих прессы; характеристика мнений, высказываемых лицами из этой группы. Сопоставление групп не-читателей прессы с группой лиц не слушающих радио и не смотрящих телевизор.

Анализ эмпирических данных, из опросных исследований, проведенных в 1974г. по всей Польше /опрос 10.000 человек от 14-летнего возраста и старше/.

Факторы, влияющие на отсутствие заинтересованности прессой можно подразделить на: территориальные, общественные, биологические. Территориальные факторы - самая многочисленная группа лиц, не читающих прессы, живет в деревне, что является причиной более низкого уровня образования, отсутствием культурных навыков, и возможности покупать газеты и журналы. Среди общественных факторов, самыми существенными являются: образование, общественная и профессиональная активность, а также материальное положение. Взаимоотношения между этими чертами и чтением прессы прямо пропорциональные. Среди биологических факторов самым важным является возраст:больше всего лиц не читающих прессы это люди в возрасте 50 лет и старше. Сопоставление групп не-читателей с группами лиц, не слушающими радио и не смотрящими телевизор, приводит к выводу, что это группы похожие, но не тождественные. В последние годы замечается, например, бо́льшая заинтересованность телевидением, чем прессой в деревне и у самой младшей аудитории 14-17 летнего возраста. Наоборот, некоторое "пресыщение" телевидением и возврат к прессе замечается у лиц с самым высоким образованием. Характеристика группы лиц не читающих прессы- определяющая ее общественно-демографическую структуру, позволяет предпринять конкретные действия направленные к росту активности этой группы.

Первая разработка.

786

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - role - historical source - historical research

(date; abstract's author)

S. Dziki, Aug. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 298-66**
**31-008 Kraków**
**Poland**

MYSLIŃSKI Jerzy : Uwagi o prasie polskiej przełomu XIX i XX w. jako o źródle historycznym.

Some Remarks on the Polish Press of the Turn of the Nineteenth and Twentieth Centuries as a Historical Source

Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego, 14:1975 no 1 pp. 5-26

The role of the press in historical studies; the chief criteria for the criticism of press statements.

Theoretical essay based on the literature of the subject and a comprehensive knowledge of the press in the Austrian partition zone of Poland at the turn of the twentieth century.

The state of Polish historical press research; the utility of the content analysis method in methodological studies of the history of the press. There is no question as to the historical value of the press. The press, like any other type of source, must be subject to certain specific forms of criticism. "In contrast to any other type of source, the press permits the observation of events from a local points of view... The sequence of events noted by the historian, is situated in the context of everyday life in the press, in the climate of the period in question, in the atmosphere of the age". The factual criticism of a press statement depends on the researcher's knowledge of the press system of the studied society: "The more the historian knows about the newspaper he is using,the better he can position it within its conditions of operation, and the more accurately he is able to interpret the material contained in it". Equally important when making use of the press as a historical source is a knowledge of associated legal conditions /viz. the principles governing the operation of censorship in it/. In conditions of preventive censorship statistical methods for the estimation of size of material may fail; a brief remark, or an isolated sentence may have more weight here than extensive reprints of official communications. A very important point is the determination of the sources of information the newspaper used. The analyst of illegal or conspiratory publications is faced with specific problems. "In view of the significant lack of essential aids and sources of information, the researcher has also to be the historian of the press he is dealing with, since only from this position will he be able to conduct an appropriate analysis and criticism of the matter contained in the publication studied."

The subject has been treated previously; a continuation of the ideas of B. Krzywobłocka; new generalisations supported by facts drawn from the history of the Polish press in the Austrian partition zone.

786

ПОЛЬСКИЙ

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - роль - исторический источник - историческое исследование

(Дата; автор абстракта)

8/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-08
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

MYŚLIŃSKI Jerzy : Uwagi o prasie polskiej przełomu XIX i XX w. jako źródle historycznym

Замечания о польской прессе на рубеже XIX и XXвв. как историческом источнике

Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego, 14:1975 вып. 1 стр. 5-26

Роль печати в исторических исследрваниях; главные критерии критики высказываний в прессе.

Теоретический доклад по литературе предмета и общее ознакомление с содержанием печатных изданий в Галиции на рубеже XIX и XX веков.

Исторические исследования по печати в Польше. Использование метода анализа содержания в методологических исследованиях по истории печати. Значение печати как исторического источника не подвергается сомнению. Так же, как и другие источники печать должна подвергаться определенным специфическим формам критики. "В противоположность иным источникам печать позволяет наблюдать события с точки зрения места /.../. События наблюдаемые историком в прессе насыщены реалиями повседневной жизни,отражают климат исследуемого периода, настроение эпохи". Настоящая критика высказываний в печати зависит от знаний системы прессы исследуемого общества: "Чем больше знает историк о газете, которую использует, чем лучше он умещает ее в условиях ее функционирования, тем более правильно сумеет интерпретировать содержащийся в ней материал". Не менее важным условием при использовании печати как исторического источника являются знания правовых условий /условия функционирования цензуры/ в которых она издавалась. В условиях предварительной цензуры могут оказаться ошибочными методы статистических расчетов объема печатных материалов; незначительное замечание или оторванное высказывание могут иметь большее значение, чем объемистые перепечатки правительственных ведомостей. Чрезвычайно важной проблемой является определение, из каких источников черпала информацию газета. Специфические проблемы встают перед исследрвателем нелегальной прессы или конспиративных изданий. "В условиях значительной нехватки необходимых пособий и другой информации, исследрватель должен быть частично также историком используемой печати, поскольку только в этой роли ему удастся правильно проанализировать и критически рассмотреть материал в ней содержащийся".

Многократная разработка; продолжение работы Б. Кшивоблоцкой, новое обобщение, иллюстрированное фактами, взятыми из истории польской прессы в Галиции.

787

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - independent press - functions - Finland

(date; abstract's author)

S. Dziki, Aug. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

●**CECOM**● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

HEMANUS Pertti : Ideologiczny charakter fińskiej prasy niezależnej
The Ideological Character of the Finnish Independent Press

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 no 2 pp. 97-102

The political profile of the Finnish press and its true function in Finnish social and political life.

Theoretical analysis of the press system in Finland; content analysis of selected papers.

Incongruity between the structure of the press and the political forces /as expressed by the results of parliamentary elections/ in the country; the total edition size of all the socialist press amounts to only 10% of the press total, whereas the participation of the socialist parties in Parliament is up to 50%. Thus the bourgeois press covers 90% of the total press edition size. The so-called independent press claims a large success rate /55% of the total Finnish press/. This type of publication arose in the following circumstances: 1. a newspaper not bound to any of the political parties was founded; 2. a newspaper severed its connection with a political party /eg. the newspaper owners became dissatisfied with the party policy/; 3. the party forbade the paper to act as its spokesman. All the independent newspapers existing at present in Finland which may be classed in group 2 were once the organs of bourgeois parties. Their independence is only apparent, and a detailed content analysis confirms the hypothesis that "as far as basic matters for the maintenance of the existing economic, political, and social system are concerned, the independent press is often in reality conservative, and always "unsocialist". In matters not affecting basic policy these papers often propagate a non-bourgeois point of view with the object of winning a large popularity. The independent press is lucrative; in 1971 its average profit amounted to 0.9%, whereas the losses of the conservative press were 2.2%, of the Social Democratic press - 3%, and 10.9% for the People s Democratic Communist Party press.

The first work of its kind in the Polish literature.

787

**польский**

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - независимая печать - функции - Финляндия

(Дата; автор абстракта)

8/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

HEMÁNUS Pertti : Ideologiczny charakter fińskiej prasy niezależnej

Идеологический характер финской независимой прессы

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 № 2 стр. 97-102;резюме на русском и английском языках

Политический облик финской печати и ее настоящие функции в общественно-политической жизни.

Теоретический анализ системы печати в Финляндии; анализ содержания избранных заглавий.

Несоответствие между структурой печати и положением политических сил /выражающихся результатом парламентских выборов/; тираж печати всех социалистических партий составляет в среднем 10% общего тиража ежедневной печати /участие этих партий в парламенте составляет около 50%/; тираж буржуазной печати составляет почти 90%. Большой издательский успех т.н. "независимой печати" /55% всего тиража финской печати/. Эта печать возникла в следующих условиях: 1. газета основалась как журнал несвязанный ни с одной партией; 2. газета порвала формальные связи с партией / нп. владельцы газеты могли быть недовольны политической линией партии/; 3. партия запретила газете выступать в роли партийного органа. Все независимые газеты, издающиеся в Финляндии в настоящее время и присоединяемые к второй категории, были раньше органами буржуазных партий. Независимость этих газет иллюзорна; подробный анализ их содержания подтверждает гипотезу, что "в отношении основных факторов для сохранения господствующей экономической, политической и общественной системы независимые газеты очень часто выступают из косервативных позиций и всегда направляются против социализма. В вопросах, которые не затрагивают основных проблем, эти газеты очень часто выражают небуржуазную точку зрения для того, чтобы завоевать большую популярность. Независимые газеты обычно рентабельны. В 1971 г. их доходы составляли в среднем 0,9%, убытки косервативной прессы достигали 2,2%; социал-демократической прессы - 3%, а народно-демократической коммунистической партии - 10,9%.

Первая характеристика в польской литературе.

788

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press research periodicals - books reviews - comparative analysis

(date; abstract's author)

P. Dubiel, Aug. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 276-08**
**31-008 Kraków**
**Poland**

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

DUBIEL Paweł : Analiza porównawcza recenzji książek w periodykach prasoznawczych /"Journalism Quarterly", "Publizistik", "Zeszyty Prasoznawcze"/

Comparative Analysis of Book Reviews in Three Press Research Periodicals /"Journalism Quarterly", "Publizistik", "Zeszyty Prasoznawcze"/

Zeszyty Prasoznawcze, 17:1976 no 1 pp. 27-44; English and Russian summaries

Comparison of book reviews in three press research quarterlies /"Journalism Quarterly" = JQ, "Publizistik" = Publ., and "Zeszyty Prasoznawcze" = ZP/, from the aspects of: time of appearance of the review after the publication date of the book, the extent of information in the reviews on foreign publications in the light of home publications, and the subjects of the reviewed books.

Content analysis of reviews in three quarterlies for the period 1958-75. The speed of information was assessed on the basis of the following classed: review in the year of publication, in the following year, 2 years later, 3-4 years later, 5 years and more later. The criterion for place of edition was the country of issue, also in the case of translations. The subjects were divided into 16 groups.

JQ reviewed 2100 books, Publ. over 900, and ZP 1340 /which included 44 books published in the USA not treated by JQ and 49 books published in the German Federal Republic not dealt with by Publ./.The reviews published in the same year as the publication of the work were 94% for JQ, 49% for Publ.and 70% for ZP; up to two years from the date of publication - 98%, 77%, and 92% respectively. Reviews of books published in the USA constituted as much as 92% of the entries in JQ, 84% of those in Publ. were published in the German Federal Republic, but only 55% of the reviews in ZP were of Polish publications. The subject analysis of JQ and Publ. failed to show a predominance of the most important theoretical, methodological, and empirical works in the scientific sense among those reviewed, but rather that more attention was devoted to topics from the boundaries of press research /51% for JQ and 40% for Publ./. "One cannot avoid the impression that there is a lot of noise in the West for freedom of information and journalistic discussion flow, but in reality even in their scientific analysis they are isolated and silently by-passed." JQ discussed only 6 books from the Socialist countries, and Publ. only 10, whereas in ZP the percentages from the total reviewed were as follows:55% home publications, 18% - other Socialist countries, 27% - other countries; including 9% Soviet, 8% GFR, 7% USA, 6% GDR, 5% French, 3% British, 2% Czechoslovak, 1% Belgian, etc. ZP emerged as the only publication of the three analysed with a policy of presenting a wide range of world publications for review, considering accessibility to the works on press research published in the various countries.

The first work of its kind.

788

польский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печатоведческие журналы - рецензии книг - сравнительный анализ

(Дата; автор абстракта)

8/1976, П. Дубель

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-68
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

DUBIEL Paweł : Analiza porównawcza recenzji książek w periodykach prasoznawczych /"Journalism Quarterly", "Publizistik", "Zeszyty Prasoznawcze" 1958-1975/

Сравнительный анализ рецензий книг в периодических изданиях по исследованию печати /"Journalism Quarterly", "Publizistik", "Zeszyty Prasoznawcze" 1958-1975/

Zeszyty Prasoznawcze, 17:1976 № 1 стр. 27-44; резюме на русском и английском языках

Сравнение рецензий книг в трех ежеквартальниках, посвященных исследованию печати /Journalism Quarterly = JQ, Publizistik = Pub., Zeszyty Prasoznawcze = ZP/ с точки зрения: оперативности рецензий по сравнению с датой выхода книги; объема информации о зарубежных книгах по сравнению с отечественными; проблематики рецензируемых книг.

Анализ содержания рецензий в трех ежеквартальниках в 1958-1975 г.г. Оперативность /быстрота/ информаций рассматривалась в следующих измерениях: год издания, следующий год, 2 года, 3-4 года, 5 и больше лет. Критерий места издания - страна издания /также для переводов/. Проблематика была разделена на 16 сюжетных групп.

JQ зарецензировал 2100 книг, Pub. свыше 900, ZP - 1340 /при этом исключены 44 книги из США, нерецензированные в JQ, и 49 из ФРГ, не включенные в Pub./. Рецензии книг в год их издания в JQ составляют 94%, в Pub. - 49%, в ZP - 70%, после 2 лет со времени издания соответственно - 98%, 77%, 92%. Рецензии книг изданных в США, составляют в JQ 92%, из ФРГ в Pub. - 84%, польских в ZP только 55%. Тематический анализ рецензий в JQ и Pub. не показал доминации наиболее ценных с научной точки зрения теоретических, методологических и исследовательских работ - преобладают работы из областей, граничащих с наукой о печати /51% - в JQ, 40% в Pub./ "Напрашивается вывод, что на Западе только много говорится о свободной циркуляции информации и публицистики, но в сущности также и в науке о них используется тактика умалчивания и изоляции". В JQ говорится только о 6 книгах из соцстран, в Pub. - о 10, в то время как в ZP материал по книгам делится таким образом: 55% отечественных, 18% - других соцстран, 27% - остальных стран, в том числе: 9% - СССР, 8% - ФРГ, 7% - США, 6% - ГДР, 5% - Франция, 3% - Великобритания, 2% - ЧССР, 1% - Бельгия и т.д. ZP оказались единственным журналом из исследуемых, который дает широкую возможность для рецензий книг, издаваемых во всем мире, по мере доступа к зарубежным работам по исследованию печати.

Первая разработка.

790

Polish

*(Language of the original document)*

**KEYWORDS:**

press - history - development - Denmark

*(date; abstract's author)*

S. Dziki, July 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

GUŁA Roman : Prasa w Danii

The Press in Denmark

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 no 2 pp. 103-112; English and Russian summaries

The Danish press and publishing market; the role of the press in Danish social and political life.

Essay referring to the literature of the subject.

Sketch of the origins and history of the Danish press; its tradition dates back to the second half of the 17th century, with intensive development following upon the introduction of the principle of freedom of the press in 1849. The essential element of the press in the country are daily newspapers. In 1972 15 weeklies were being issued, with a total edition size of 2.2 million copies, but these were rather of an entertainment nature. There were also about 300 local weeklies, distributed free: "these were non-political periodicals of an entirely local nature, financed by advertisements and appearing in every Danish larger town or region". In practice the government has no control over the press and does not exercise any control over the information reaching the press from the administration. The Copenhagen dailies are of crucial significance in the life of Danish society; the most well-known include: the Conservative "Berlingske Tidende" /daily edition size about 167 thousand/, the Radical "Politiken" /140 thousand/, the Social-Democratic "Actuelt" /100 thousand copies, including provincial editions/, the financialists' "Borsen" /7 thousand/, and the Communist "Land og Folk" /5-6 thousand/. There may be noted a fall in the popularity of morning newspapers, with a slight rise for afternoon editions. The rising costs facilitate concentration. Another difficulty in the activation of the press is the rising social importance of radio and television. The chief information source for the Danish press is the "Ritzaus Bureau" agency, the common property of all the newspapers. The distribution of newspapers, and in particular of the Copenhagen press, is concentrated mainly in the hands of the "A/S Bladkon-pagniet" company. Description of the publications of the Poles resident in Denmark. The first Polish publication to appear in Denmark was "Polacy w Danii" in 1933; 2-3 papers are at present being issued, with the Danish-Polish quarterly "Dan-Polonia", appearing since 1970 and propagating co-operation of Poles living in Denmark with the home country, being particularly important.

The first extensive work on the subject in the Polish literature.

790

ПОЛЬСКИЙ

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - история - развитие - Дания

(Дата; автор абстракта)

7/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-68
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

GUŁA Roman :Prasa w Danii

Пресса в Дании

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 № 2 стр. 103-112; резюме на русском и английском языках

Датский печатно-издательский рынок, роль прессы в датской общественно-политической жизни.

Доклад по литературе предмета.

Очерк зарождения и формирования датской прессы /ее традиция датируется II пол. XVII века,интенсивный рост наступил после проведения в жизнь в 1949 г. положения о свободе печати/. Важным элементом печатного рынка в этой стране являются ежедневные газеты. В 1972 г. вышло 15 еженедельников /общим тиражом 2,2 млн. экз./, однако они имеют развлекательный характер. Выходит также ок. 300 местных еженедельников, они распространяются бесплатно - "это периодические издания неполитического характера, имеющие исключительно местное значение и живущие за счет рекламных объявлений. Они выходят в каждом большом городе и районе Дании". Правительство в практике не имеет возможности контролировать печать, а также информацию, которая попадает на ее страницы из административных источников. Решающее значение в общественной жизни Дании имеют газеты, издаваемые в Копенгагене. Среди наиболее известных - консервативная "Berlingske Tidende" /ок. 167 тыс. экз. в день/, радикальная "Politiken" /140 тыс./, социал-демократическая "Aktuel" /100 тыс., вместе с провинциальными изданиями/, финансовый и промышленный орган "Borsen" /7 тыс./ и коммунистический "Land og Folk" /5-6 тыс./. Падает читаемость утренних газет, незначительно возрастает тираж вечерних газет. Растущие расходы по выпуску газет облегчают их концентрацию. Очередной трудностью в активизации печатно-издательской жизни является возрастающее значение радио и телевидения. Главным источником информации для прессы является агенция "Ritzaus Bureau", которая является общественной собственностью всех газет. Распространение газет /особенно копенгагенских/ находится в руках акционерного общества "A/S Bladkon-pagniet". Характеристика польской печати /первая польская газета вышла в Дании в 1933 году, в настоящее время выходит 2-3 заглавия; большее значение имеет датско-польский ежеквартальник "Dan - Polonia", который выходит от 1970 года и популяризует идею сотрудничества поляков проживающих в Дании со своей родиной/.

Первая в Польше обширная характеристика печатно-издательского движения и журналистики в Дании.

791

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

women's press - consulting
- advice in problems pages

(date; abstract's author)

M. Paluch, Aug. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-66
31-008 Kraków
Poland

●**CECOM**● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

WIEGANDT Ewa : Rubryki porad sercowych
The Problems Pages /Page de coeur/

Teksty, 1975 no 4 pp. 108-127

The communicational situations in the problems pages of Polish magazines for women.

Content analysis of the problems pages in the following magazines: "Przyjaciółka" /"Między nami"; 1971/, "Zwierciadło" /"Serce w rozterce"; 1971/, and "Filipinka" /"Poczta Bożeny"; 1972/.

The problems page uses the correspondence form, one of the types of colloquial language. However, the appearance of correspondence in such publications causes it to lose its private character and it thus enters into the literary sphere of communication. The consequence of the impact of the colloquial and the literary communicational situation is "an opposition of privacy and publicity, intimacy and anonimity, authenticity and fiction" characteristic of the problems pages. The problems pages deal with a contrast of romance in the form of a passionate but unhappy love affair against the real life of sensible love in marriage. The transition from one pole to the other within the framework of the problems page gives it a narrative structure. The reader's letter and the adviser's reply form a story. The author thus envisages the rules of the system here on two levels: the fictional and the narrative. The rhetoric of the problems pages suggests the preponderance of a pragmatically moralist comment over a merely advisory reply. The problems page editor treats readers' letters as an excuse for delivering moralising homilies, the conventionality and banality of which indicate her acceptance of an externally dictated normative order, irrespective of the readers' texts.

791

ПОЛЬСКИЙ

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать для женщин - консультация - советы по личной жизни

(дата; автор абстракта)

7/1976, М. Палюх

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-00
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

WIEGANDT Ewa : Rubryki porad sercowych

Рубрики советов по личной жизни

Teksty, 1975 № 4 стр. 108-127

Коммуникационные ситуации в рубриках советов по личной жизни в польских журналах для женщин.

Анализ содержания рубрик советов по личной жизни в журналах "Przyjaciółka", /"Между нами"; подшивка за 1971 г./, "Zwierciadło" /"Сердце в разладе", подшивка за 1971 г./; "Filipinka" /"Почта Божены", подшивка за 1972 г./.

Рубрика советов по личной жизни рассматривается как один из типов обыкновенной языковой коммуникации, каким является переписка. Однако появление переписки в рамках публикации является причиной того, что она теряет личный характер, и включается в литературную коммуникационную ситуацию. Последствием столкновения двух коммуникационных ситуаций /общепринятой и литературной/ является характерная для рубрики "диалектика личного и публичного характера высказывания, его интимности и анонимности, и, наконец, подлинности и фиктивности". Рубрики советов по личной жизни занимаются противопоставлением двух смыслов: увлечения как страстной несчастной любви и жизни как рассудочной супружеской любви. Переход от одного типа к другому создает в рамках "почты сердец" повествовательную структуру. Письмо корреспондента и ответ редактора строятся по принципу рассказа. Системные правила, итак, автор определяет на двух уровнях: сюжетном и повествовательном. Риторика "почты сердец" показывает, что над высказыванием как советом преобладает прагматически-моралистическое высказывание. Редактор подходит к письмам читателей как к претексту для морализаторских проповедей, конвенциональность и банальность которых указывают на принятие внешних нормативных положений независимо от текста.

792

Polish
(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - anti-communism - ideological diversion - research - research methods

(date: abstract's author)

S. Nowicki, Jan. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-65
31-008 Kraków
Poland

DIMITROV Georgi G.: Marksistowsko-leninowskie kryteria przy analizie antykomunistycznych środków masowego komunikowania

Marxist-Leninist Criteria in the Analysis of the Anti-Communist Mass Media

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 no 3 pp. 65-74; English and Russian summaries

Methods and research techniques used in studies of the Anti-Communist mass media.

Theoretical essay.

The fundamental criterion - undiminished in importance since its formulation by Marx and Engels and since developed by Lenin - of the content analysis of Anti-Communist material is the approach taking into account the interests of the class and Party in power after the Socialist Revolution. Such an approach is a scientifically determined necessity in view of the class nature of ideology. The analysis of subversive material must be based on scientific principles, and not on random events. Thus the research scheme must contain several stages: 1. the collection and cataloguing of propaganda material according to the transmission source, its operator,and the subjects of the transmissions; 2. analysis of the material by application of the theories and methods proposed by modern sociology and exploitation of the opportunities offered by statistics and electronic data-processing; 3. the determination, on the basis of the results obtained, of the trends and aims in the activities of hostile propaganda centres both over larger periods of time, and in single analytic operations. In order to achieve the most objective results, a suitable model for the logical analysis of the material and a standardised list of data for analysis should be constructed.

The subject has been treated previously; generalisation of conclusions from research conducted by a Bulgarian worker.

792

ПОЛЬСКИЙ

(язык подлинника)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

средства массовой информации и пропаганды - антикоммунизм - идеологическая диверсия - исследования - исследовательские методы

(Дата; автор абстракта)

1/1976, С. Новицки

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

DIMITROW Georgi G.: Marksistowsko-leninowskie kryteria przy analizie antykomunistycznych środków masowego komunikowania

Критерии марксистско-ленинской методики при анализе антикоммунистических средств массовой коммуникации

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 № 3 стр. 65-74; резюме на русском и английском языках

Методы и исследовательские техники применяемые при изучении антикоммунистических средств массовой информации и пропаганды.

Теоретический доклад.

Основным критерием-сформулированным Марксом и Энгельсом и развитым Лениным-анализа содержания антикоммунистической пропаганды является партийный и классовый подход. Такой подход обусловляется научной необходимостью в связи с классовой природой идеологии. Анализ содержания идеологической диверсии должен основываться на научных принципах, не на случайных действиях. Итак, схема изучения вражеской пропаганды должна охватывать несколько этапов: 1. накопление и отбор пропагандистских материалов так по источникам передачи и по их коммуникатору как и по сюжету передач; 2. анализ материала при использовании теории, методов свойственных современной социологии, а также возможностей современной статистики и вычислительной техники; 3. на основании анализа результатов исследований определение целенаправлений вражеских центров пропаганды в течение более длинных отрезков времени, и также действий предпринимаемых однократно. Чтобы получить самые объективные результаты исследований надо создать модель логического анализа содержания и также стандартный перечень категорий для анализа.

Многократная разработка; обобщение выводов из исследований проведенных болгарским исследователем.

793

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - trade unions'
press - history - Poland
- inter-war period

(date; abstract's author)

S. Dziki, Aug. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-88
31-008 Kraków
Poland

HASS Ludwik : Czasopiśmiennictwo polskiego ruchu zawodowego w latach 1918-1939

The Periodical Publications of the Polish Professional Associations in the Period 1918-1939

Rocznik Biblioteki Narodowej, 10:1974 /out in 1975/ pp. 107-163; English summary

The journalistic and publishing activities of the Polish professional associations in the inter-war period.

Essay referring to the literature of the subject; statistical analysis.

The concept of a professional association's publication /either a publication connected with a professional association institutionally or formally and dealing with its problems, or a professional publication produced by an organisation of the profession concerned in which professional matters and the life of the organisation are treated/. On the eve of Poland's regaining independence in 1918, 16 such professional publications were coming out in the country. After independence the professional movements received a dramatic impetus in their development and this did not remain unreflected in their publishing activities - in the years 1919-23 a total of 139 such publications appeared,including 62 papers published by workers' unions, and 70 by white-collar associations. The next period /1924-28/ saw a further boost in editorial activities, with 173 papers, though this was chiefly an increase in the number of white-collar publications. Despite the crisis, the following period /1929-34/ had 181 papers. A process of deconcentration of these activities may be noted, since originally they centred on the capital. Those of the periodicals which represented revolutionary views found themselves in a difficult position as a result of government repression. In 1935-39 124 new publications appeared.The total for the whole interwar period came to 633 papers, of which 244 were published by workers organisations. The chief position was occupied by the reform movement, with 72 papers, followed by the Christian-social group /33 papers/ and national solidarity group /22 papers/. Individual tables show the development of these publications from the aspect of ideas represented, place of publication,and period of existence. Due to the long intervals between publication of succesive numbers, they tended to devote less attention to information, "in the majority of cases - and this is especially true for the unions' publications - it was more a question of recurring lobbying and agitational journalism,in a sense supplementing the daily newspapers in the field of professional and labour matters and of the life of the professional organisations". List of the more important legal Polish professional associations' papers in the period 1918-1939.

The first work of its kind.

793

польский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - профессиональная
печать - история - Польша
- междувоенный период

(Дата; автор абстракта)

8/1976, С. Дэнки

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 274-60
Польша

HASS Ludwik : Czasopiśmiennictwo polskiego ruchu zawodowego w latach 1918-1939

Польские профессиональные журналы в 1918-1939 г.г.

Rocznik Biblioteki Narodowej, 10:1974 /r. wyd. 1975/ стр. 107-163; резюме на английском языке

Активность польской профессиональной печати в междувоенный период.

Доклад по литературе предмета; статистический анализ.

Понятие профессионального журнала /институциональная или формальная связь с профессиональным движением и соответствующей проблематикой/. Журнал, издаваемый профессиональными организациями и отражающий профессиональные интересы и организацию. В канун независимости Польши выходило 16 профессиональных журналов. После получения независимости наблюдается резкий рост профессионального движения и это оказывает влияние на издательскую деятельность /в 1919-1923 г.г. вышло 139 заглавий, в том числе 62 журнала издавались рабочими, а 70 - интеллигенцией/. В 1924-28 г.г. наблюдается дальнейший рост количества изданий /173 заглавия/, возрастает однако количество журналов, издаваемых интеллигенцией. В следующий период 1929-34 г.г., несмотря на кризис, вышло 181 заглавий. Наблюдается процесс децентрализации издательской деятельности /ранее в большой степени сконцентрированной в столице/. В тяжелой ситуации находятся журналы отражающие революционное направление в результате правительственных репрессий. В 1935-39 г.г. вышло 124 журнала. Всего в период от 1919 до 1939 года вышло в свет 633 профессиональных журнала /в том числе 244 издаваемых рабочими организациями/. Ведущее место занимало реформаторское направление /72 заглавия/, затем следовали журналы общественно-христианское /33/, националистическое /22/. Подробные таблицы иллюстрируют развитие этих журналов с точки зрения направления, места, периода издания. С точки зрения редкого характера появления это были журналы не информационного характера, "в большинстве случаев - прежде всего это относится к профсоюзным журналам - это скорее была периодическая агитационная публицистика, которая некоторым образом дополняла газеты в области профессиональных вопросов и профессионального движения и давала информацию из области организации профессиональной жизни". Список наиболее важных легальных профессиональных журналов, выходивших в 1918-1939 г.г.

Первая разработка.

795

German

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - language - comprehensibility - perception

(date; abstract's author)

P. Dubiel, Aug. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-86
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

BRIEST Wolfgang : Massstäbe zur Aufnahmefähigkeit der Rundfunksprache
Guidelines and Rules for the Reception of the Language of Radio

Neue Deutsche Presse, 1976 no 2 p. 12

Listeners' faculties of assimilation of radio messages.

Sociological and psychological methods of analysis.

A graph depicts the faculty of perception, with difficulty of perception increasing with mean sentence length - with a difficulty threshold limit at 13-16 words in colloquial speech, 18 words in literary language, 23 words in analysed radio and newspaper texts, the best mean limit at 25 words, and mean limit for scientific and academic texts at 28 words per sentence. Increase of sentence length is accompanied by increase of syntactical difficulties - shorter sentences are thus easier to understand. The rule is therefore that the more complex the subject being described, the simpler the syntactical construction should be. Long sentences introduce semantic difficulties, and in radio broadcasts there is often a multitude of abstract and foreign words. An important point to remember is to take into account the visual and audial conditions favouring perception,as has been indicated psychological research /especially in the Soviet Union/. The index for memory assimilation is 60% for audial texts, 70% for visual messages, and as high as 87% for audio-visual messages.

795

немецкий

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - язык - понятность - восприятие

(Дата; автор абстракта)

8/1976, П. Дубель

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 273-06
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

BRIEST Wolfgang : Massstäbe zur Aufnahmefähigkeit der Rundfunksprache

Принципы восприятия радиовысказывания

Neue Deutsche Presse, 1976 № 2 стр. 12

Возможности приобретения реципиентами высказывания по радио.

Социологические и психологические методы.

Графическое представление наглядно показывает возможности восприятия, причем его трудность обусловляется длиной предложения в разговорной речи /13-16 слов, в литературном высказывании /18 слов/, в изучаемых текстах транслированных по радио и в печатной публицистике /23 слова/, в оптимальных пределах восприятия в среднем /25 слов/, в языке науки /28 слов/. В более длинных предложениях повышается уровень синтаксических трудностей; краткие предложения оказываются понятнее. Следует соблюдать принцип: чем труднее описываемая проблема, тем проще должен быть синтаксис высказывания. Длинные предложения осложняют семантическое понимание высказывания; в высказываниях по радио очень часто появляются абстракционные и иностранные слова. При изучении возможностей восприятия должны учитываться оптически-слуховые условия перцепции /на это обращают внимание русские психологи/. Показатель запоминания для акустических текстов состоит 60%, для оптических - 70%, а для акустически-оптических состоит 87%.

799

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - radio program - radio magazine

(date; abstract's author)

S. Dziki, Aug. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 270-06
31-008 Kraków
Poland

● CECOM ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

BANACH Jurand : Magazyn radiowy /Próba definicji/
The Radio Magazine Program - an Attempt at Definition

Litteraria, 7:1975 pp. 129-145; French summary

The characteristic features of the radio magazine and its constituent elements.

Theoretical reflection.

The primary features of the radio magazine: a. periodicity of the transmission of consecutive editions , b. fairly liberal composition of various relatively independent segments in the program, c. its nature as the product of collective effort on the part of its editors. Owing to the differences between the media of the press, radio, and television, the magazine may be subdivided into the printed magazine, the radio magazine program, and the television magazine program. "In the case of the printed magazine, the sender uses visual forms,audial forms in the radio magazine program, and audio-visual forms in the television magazine program". The constituent elements of the radio magazine program are as follows: 1. the initial signal for the program, 2. linking commentary,3. musical interludes, 4. constituent segments. These elements assume chronological and consecutive relationships with respect to each other.

The first work on the subject in the Polish literature; the presented conclusions are treated as researcher's suggestions "the usefulness of which may only be confirmed on the basis of empirical research".

799

польский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - радиопрограмма - радиомагазин

(Дата; автор абстракта)

7/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66.
Польша

BANACH Jurand : Magazyn radiowy /Próba definicji/
Радиомагазин /опыт определения/

Litteraria, 7:1975 стр. 129-145; резюме на французском языке

Существенные особенности радиомагазина и его составные элементы /компоненты/. Теоретические рассуждения.

Основные черты магазина: 1. периодичность издавания очередных номеров; 2. свободное составление разнообразных и сравнительно самостоятельных компонентов в одно целое; 3. результат коллективной работы редакции. Отличаются - ввиду средств передачи - печатный магазин, радио- и телемагазин. "В случае печатного магазина коммуникатор пользуется визуальными формами; в случае радиомагазина - звуковыми формами; в случае телемагазина - звуково-визуальными формами. Составные элементы радиомагазина: 1. начальный сигнал магазина; 2. вступление; 3. музыкальный перерыв; 4. составные элементы. Эти элементы следуют друг за другом.

Первая в польской литературе разработка; исследовательские предложения "пригодность которых может показать только их практическое применение".

801

Polish

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - radio program - development - tendencies

(date; abstract's author)

B. Garlicki, Sept. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

LEWARTOWSKA Zofia : Tendencje rozwoju radia w Europie zachodniej
Development Trends in Radio in Western Europe

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 no 1 pp. 107-111; English and Russian summaries

Causes of and tendencies of changes in radio programs.

Article.

Radio "policy" changes under the influence of several factors. In the first place those responsible for the creation of programs have become acquainted with the changes which recipient's awareness has undergone - they have changed from being entirely captivated by the new invention becoming fussy and highly selective in their choice from among the programs offered. Further the invention of television has ousted radio from its old monopolistic position. Adapting to these altered conditions, radio has ceded some of its listeners to television in the evening hours, but has gained others during the daytime, the early morning hours, and also late at night. Its programs - once an integrated whole - have begun to be differentiated according to the type of recipient, and to be augmented by local news.Also the rigid division into spoken and musical programs has ceased to operate, and various types of informational and sonic programs have taken its place. There is now greater stress on the "intimacy" of the transmission, on the family atmosphere of the program, and on the direct link with the recipient. Thanks to these changes the initial crisis in the development of radio has been overcome; radio has established its place, and there is even a notable gradual increase in the numbers of recipients returning to this medium.

The subject has been treated previously; illustration of general development trends.

801

польский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - радиопрограмма - развитие - тенденции

(Дата; автор абстракта)

9/1976, Б. Гарлицки

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

LEWARTOWSKA Zofia : Tendencje rozwoju radia w Europie zachodniej

Направление развития радиовещания в Западной Европе

Zeszyty Prasoznawcze, 16:1975 ~ 1 стр. 107-111; резюме на русском и английском языках

Причины и направление изменений в радиопрограммах.

Публицистическая статья.

"Философия" радиовещания изменяется под влиянием многих факторов. Прежде всего создатели радиопрограмм начали отдавать себе отчет в изменениях, которые произошли в сознании реципиентов - реципиенты стали применять отбор воспринимаемых информаций. Кроме того телевидение завоевало первостепенную позицию, раньше занятую радиовещанием. Подчиняясь этим изменениям телепередачи стали восприниматься в предвечерние часы, во время как основным временем деятельности радио являются утренние часы, часы дня и ночи. Радиопрограммы - когда-то составляющие одно целое - стали дифференцироваться в зависимости от типов реципиентов. Кроме того нет уже деления радиопередач на словесные и музыкальные, зато появились информационно-звуковые передачи разного типа. Большое внимание уделяется также "задушевной" семейной атмосфере передачи, непосредственной связи с реципиентом. Благодаря этим изменениям удалось преодолеть кризис радиовещания, более того, в последнее время значительно повысилось количество реципиентов, предпочитающих радио.

Многократная разработка; представление общих тенденций развития.

803

Hungarian

(Language of the original document)

KEYWORDS:

press - readership - workers - Hungary

(date; abstract's author)

I. Kováts, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

●CECOM● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

SZEKFÜ Àndrás : Munkások ujságolvasása, 1972
Newspaper Readership Among the Working Class, 1972

Magyar Rádió es Televizió Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Budapest - Tanulmányok sorozat, 1974 vol. 9

Newspaper readership among the working class.

Sociological methods; utilisation of the results of a general analysis carried out by Magyar Radio es Televizio Tömegkommunikacios Kutatoközpont in Budapest in 1970.

In accordance with the basic assumption of the Socialist system, the working class is the leading class in society; a suitable orientation in social matters is a necessary condition for the fulfilment of historical tasks, and one of the most important tools for this is the press. About one half of the working class made daily use of the three main mass media - the press, radio, and television. 69% of the workers - the equivalent of the mean percentage of the adult population actively employed - read daily a newspaper. Wide differences among workers in the degree of their involvement as readers, according to the level of their professional education. 56% of the unskilled workers read a newspaper daily; whilst for the skilled and semi-skilled the corresponding figure was 74%. 3/4 of the working class read a weekly newspaper, though the figure for the unskilled here was fairly low. 41% of the workers drew their newspaper information chiefly from local or committee newspapers, whilst 34% were readers of the organ of the Hungarian Socialist Workers Party,"Népszabadsag". Factors influencing workers readership were found to be place of residence, duration of time of travel to and from work, sex, age, education, and Party membership.

803

венгерский

(язык подлинника)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

печать - чтение - рабочие - Венгрия

(Дата; автор абстракта)

5/1976, И. Ковач

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

SZEKFŰ András : Munkások ujságolvasása, 1972
Газета среди рабочих

Magyar Rádio és Televizió Tömegkommunikácios Kutatóközpont, Budapest - Tanulmányok sorozat, 1974 вып. 9

Пресса среди рабочих.

Социологические методы; использование результатов общего опроса, проведенного венгерским Радио и телевидением в Будапеште в 1972 году.

В соответствии с основными положениями социализма, рабочий класс является ведущей силой общества; для выполнения своей исторической роли ему необходима соответствующая ориентация в общественных вопросах, а одним из наиболее важных в этом отношении факторов является пресса. Около половины всех рабочих каждый день пользуется всеми тремя главными источниками информации: прессой, радио и телевидением. 69% рабочих каждый день читает газету, что соответствует среднему проценту взрослых активно работающих жителей. Среди рабочих заметны значительные расхождения с точки зрения активности чтения в зависимости от специального образования. Среди неквалифицированных рабочих каждый день читает газету 56%, среди квалифицированных и прошедших специальную подготовку - 74%. Еженедельники читает 3/4 рабочих /низкий уровень активности среди неквалифицированных рабочих/. 41% рабочих черпает информацию прежде всего из местных газет, 34% читает центральный орган Венгерской социалистической рабочей партии "Nepszabadsag". На уровень читаемости газет влияет место жительства, количество времени потраченное на дорогу до места работы, пол, возраст, образование и партийность рабочих.

804

Hungarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - radio program - Hungary

**•CECOM•** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

MORAVECZ Imr : Az ultrarővidhullámu rádiózás. Gondolatok a 3. müser fejlesztéséről

Reception of UHF Radio Programs. Plans for the Development of the Third Program

Rádió és Televizió Szemle, 1975 no 4 pp. 57-61

The development of the Hungarian third radio program.

In 1975 an experimental radio UHF program was set up in Budapest. In this period other regional transmissions rarely broadcast contemporary music of literary programs. The new programs were broadcast daily between 6 p.m. and 10 p.m. By the following period, with longer transmission hours - usually between 6 p.m. and 11.15 p.m., 4 p.m. to 11.15 p.m. on Saturdays and 4 p.m. to 11.10 p.m. on Sundays - all the editorial sections had joined in the preparations of the program. In the meantime local transmitting stations broadcasting UHF were set up /Győr, Pécs, Miskolc, Tokaj, and Kabhegy/. Thanks to this the program may be received in approximately half the country. 1975 saw a further increase in the broadcasting hours of the third program, which now starts at noon on Saturdays, at 8 a.m. on Sundays, and at 2 p.m. on other days. It finds its listeners among the intelligentsia and the workers with a higher level of cultural interest. The profile of the third program is intellectual and artistic. For 1975-1977 an increase of interest in this program is planned, whilst a sufficient number of high quality receivers is to be introduced on the market in the period 1978-80. In 1980-85 the third program is to undergo further development, until it reaches the level of the two remaining programs.

(date; abstract's author)

J. Lukáts, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-88
31-008 Kraków
Poland

804

венгерский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - радиопрограмма - Венгрия

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Люкач

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-08
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

MORAVECZ Imre : Az ultrarõvidhullámu rádiozás. Gondolatok a 3. mûsor fejlesztéséről

Восприятие радиопрограммы на ультракоротких волнах. Намерения по отношению к расширению третьей программы

Rádió és Televizió Szemle, 1975 № 4 стр. 57-61

Формирование третьей радиопрограммы в Венгрии.

В 1957 г. в Венгрии появилась на ультракоротких волнах экспериментальная радиопрограмма. В это время в других областных радиовещательных станциях каждый день с 6 до 10 вечера транслировалась современная музыка и литературные программы. Следовательно, когда расширилось время трансляций /обычно с 6 до 23.15 вечера, по субботам с 16 до 23.15/ уже все редакции принимали участие в подготовке программы. Одновременно возникли областные радиостанции транслирующие программу на ультракоротких волнах /Gyõr, Pecs, Miskolc, Tokaj, Kabhegy/ благодаря чему эти программы могли восприниматься на территории почти половины страны. С 1975 г. опять расширилось время трансляции третьей программы /по субботам программа транслируется с 12 дня, по воскресеньям с 8 утра, по другим дням недели - с 14 дня/. Реципиенты этой программы - представители интеллигенции и рабочих с высшим уровнем культурных заинтересованностей. Третья программа - это программа с интеллектуальным, художественным характером. В 1975-1977 планируется повышение интереса к этой программе. В 1978-1980 г.г. поступят в продажу новые радиоприемники хорошего качества. В 1980-1985 г.г. третья программа будет постоянно расширяться до момента, когда окажется на уровне остальных двух программ.

805

Hungarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - television - curriculum - use - role - education - teaching

(date; abstract's author)

I. Kováts, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 278-80
31-008 Kraków
Poland

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

HANAK Katalin : Az iskolarádió, az iskolatelevizio használatárol

The Use of Radio and Television for Schools

Magyar Radio es Televizio Tömegkommunikacios Kutatoközpont, Budapest - Tanulmanyok sorozat, 1974 vol. 5

The role of the mass media in school education. The usefulness of radio and television broadcasts for elementary schools.

Interviews with headmasters, teachers, and the pupils of the eighth grade in selected schools.

Statistical data and the information obtained from the interviews with headmasters showed that, whilst the amount of audio-visual equipment in schools had increased in recent years, it was still far from satisfactory. The research gave the following mean values per primary school: 2.1 television sets, 1.5 cable radio sets, and 0.6 transistor sets. 27% of the schools regularly used the radio programes for schools, and 66% regularly used the television broadcasts for schools. 40% of the questioned children listened to the schools' radio programs at home, and 50% watched schools' television programs. 50% of the questioned headmasters were pleased with the radio programs for schools, whilst 5% were dissatisfied with them; the remainder pointed out their good and bad features. 90% of the headmasters thought the television programs for schools were a valuable and important contribution to the teaching process. The degree of utilisation of radio was found to increase with the type of building - from the rural school to the city school. However, this factor was found to be uncorrelated to the degree of utilisation of schools television.

805

венгерский

(язык публикации)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

радио - телевидение - школьная программа - использование - роль - воспитание - обучение

(Дата; автор абстракта)

5/1976, И. Ковач

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

■ ЦЕКОМ ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

**HANAK Katalin** : Az iskolarádió, az iskolatelevizió használatáról

Об использовании радио и телевидения в школе

Magyar Rádió és Televizió Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Budapest - Tanulmányok sorozat, 1974 вып. 5

Роль средств массовой информации и пропаганды в школьном обучении и воспитании. Использование радио и телевизионных передач в средней школе.

Интервью с директорами, педагогами и учениками восьмых классов выбранных школ.

Из статистических данных и информации полученной от директоров школ следует, что, хотя оборудование школ аудиовизуальными средствами улучшилось в последние годы, оно оставляет желать много лучшего. Исследования показывают, что на одну среднюю школу приходится в среднем: по 2,1 телевизоров, 1,5 сетевых радиоприемников и 0,6 транзисторов. Радиопрограммы использует 27%, а телепрограммы - 66% школ. 40% опрошенных детей слушает дома школьные радиопрограммы, а 50% - смотрит телевизионные школьные программы. 50% опрошенных директоров выразило положительные отзывы о школьных радиопрограммах, 5% - отрицательные; остальные отмечали как достижения, так и недостатки этих программ. 90% директоров отметило очень ценную и важную роль телевидения в процессе обучения и воспитания. Использование радио увеличивается в зависимости от характера школ - от школ сельских до школ в больших городах. Телевидение же везде используется одинаково, тип школы здесь не имеет значения.

806

Hungarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

film - impact - opinions - children - nationalistic prejudice - comparative analysis

(date; abstract's author)

I. Kováts, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

● CECOM ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

**HALÁSZ László** : A "Cigányok" cimű film hatásának összehasonlító vizsgálata

A Comparative Analysis of the Impact of the Film "The Gypsies"

Magyar Rádió és Televizió Tömegkommunikációs Kutatóközpont. Budapest - Tanulmányok sorozat, 1974 vol. 3

Children and racial prejudice.

Sociological study; comparative analysis of the opinions of Hungarian and French children.

The object of the analysis was the discovery of the mechanisms by which nationalistic prejudice arises in a child's environment and what is the influence of a certain degree of nationalistic prejudice on the communication itself. The starting point was the analysis of the impact of a short-feature film by Sándor Sár, "The Gypsies". Experience indicated that, both from the point of view of emergence of nationalistic prejudice, as of relative maturity for the reception of dramatic and film productions a suitable limiting age was 12-13. Thus the age range of the tested children was from 12 to 13 and half years. In the selection suitable attention was paid to similarity of age, sex, parents' profession, and living conditions of particular subjects. Prior to the projection of the film a nationalistic prejudice scale was compiled. The children's knowledge on Gypsies was recorded and a 6 point prejudice scale was constructed on the basis of a set of 17 pairs of opposing properties to classify their opinions. The film was subsequently projected, after which the children answered a further 14 questions which were to indicate their comprehension of the main points of the film, and also whether they liked the film or not. The basic conclusions of the analysis were drawn from the comparison of opinions expressed before and after projection. There was a significant difference in the attitudes of the French and the Hungarian children. The French children on the whole showed a more marked degree of nationalistic tolerance, including with respect to Gypsies.

806

венгерский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

фильм - воздействие - мнения - дети - национальные предубеждения - сравнительный анализ

(Дата; автор абстракта)

5/1976, И. Ковач

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-88
Польша

HALÁSZ László : A "Cigányok" cimű film hatásának összehasonlitó vizsgálata

Сравнительный анализ воздействия кинокартины под заглавием "Цыганы"

Magyar Rádió és Televizio Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Budapest - Tanulmányok sorozat, 1974 вып. 3

Дети и национальные предубеждения.

Социологические исследования; сравнительный анализ мнений венгерских и французских детей.

Цель исследований - изучение причин возникновения национальных предубеждений в среде детей, как национальные предубеждения /в определенной степени/ влияют на процесс массовой коммуникации. Исходной точкой было изучение воздействия короткометражной кинокартины Шандора Шара - "Цыганы". Исследования показывают, что так с точки зрения формирования национальных предубеждений как и зрелости необходимой для восприятия театральных и фильмовых программ, самыми хорошими для исследований являются дети в возрасте 12-13 с половиной лет. Поэтому и исследовались дети именно в этом возрасте. Исследовалось 500 детей из Будапешта и 415 из Парижа. При отборе респондентов особое внимание уделялось тому, чтобы у респондентов были такой же возраст, пол, профессия родителей, жилищные условия. Перед демонстрацией кинокартины исследовалась степень национальных предубеждений. Представлены высказывания детей о Цыганах и на основании 17 противопоставленных качественных пар были определены мнения по шестизначной шкале. Следовательно, после демонстрации кинокартины дети отвечали на 17 вопросов относящихся к пониманию важнейших отрывков кинокартины, и к тому понравилась ли им кинокартина или нет. Основные выводы определились на основании сопоставления мнений перед и после демонстрации кинокартины. Определяется резкое различие между отношением венгерских и французских детей. Французские дети более толерантно относятся к другим национальностям /также к Цыганам/.

807

Hungarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - foreign languages - teaching

(date; abstract's author)

J. Lukats, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 276-98**
**31-008 Kraków**
**Poland**

---

**●CECOM●** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

SILLÁR Emőke : Nyelvoktatas az éterben: What about the news?

The Teaching of Foreign Languages On the Air: "What about the News"?

Radió es Televizió, 1975 no 4 pp. 91-94

The educational role of the mass media.

Article.

The preparatory workshop of the new radio program: the foreign language lesson on the basis of a newspaper text. There is no doubt about the educational role of the mass media. Knowledge and learning of foreign languages is assuming, increasing importance; and in foreign language teaching the chief position is being taken by the colloquial language. It is in the teaching of this that the usefulness of the mass media, and in particular of radio, lies. The spoken language and the language found in newspapers are in a sense closely related. Both are very sensitive to current usage. Thus in radio language teaching the newspaper or a particular article may play an important part. Each lesson in this series consists of an article read by the broadcaster. This is followed by an explanatory dialogue. Detailed description of the origins and production of this program. In the future Hungarian radio will present a series of Russian lessons based on this system, and a set of tape recordings of the program is already available for those interested.

807

венгерский

*(язык подлинника)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - иностранные языки - обучение

*(Дата; автор абстракта)*

5/1976, Я. Люкач

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

SILLÁR Emöke : Nyelvoktatás az éterben: What about the news ?
What about the news ? Обучение языком в эфире

Rádió és Televizió, 1975 № 4 стр. 91-94

Педагогически-воспитательская роль средств массовой информации и пропаганды.

Публицистическая статья.

Приготовление радиопередачи нового типа: уроков иностранного языка на основании газеты. Педагогически-воспитательская роль средств массовой информации и пропаганды не подлежит обсуждению. Изучение иностранных языков имеет большое значение; в процессе обучения иностранному языку важную роль выполняет овладение бытовым языком. В изучении бытового языка должны использоваться средства массовой информации и пропаганды /прежде всего радио/. Разговорный язык и язык печати в некоторой степени похожи друг на друга. В этих языках часто появляются новые слова. Поэтому очень важно, чтобы во время изучения иностранного языка по радио использовались статьи из газет. Во время урока сперва учитель читает данную статью а потом проводится разъясняющий разговор. Тщательное описание подготовки и реализации этой программы. По этому принципу будет в будущем реализоваться курс обучения русскому языку по радио; в настоящее время есть уже возможность пользоваться магнитофонной пленкой в процессе изучения иностранного языка.

810

Rumanian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

journalist's profession - journalist - personality

(date; abstract's author)

B. Kufel, Sept. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
**Rynek Główny 23; tel.: 278-68**
**31-008 Kraków**
**Poland**

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

MACOVEI Radu : Personalitatea ziarului - profil tematic si stil propriu
The Journalist's Personality - the Subject Matter and the Style

Presa Noastra, 1974 no 6 pp. 37-40

The relations between the journalist's personality and his work.

Publicistic article.

The journalist's individual characteristics are often helpful in his work but in some cases they can be a hindrance . The author points out some feature that, in his opinion, are essential and should characterise a journalist.These feature are: the active-passive attitudes; the ability to transform the dynamic elements into statistical data /and vice versa/; continuous learning till the achievement of specialisation /the journalist cannot be just a specialist - his knowledge should be extensive and continually supplemented/; the ability of selection of information and its proper selection.

810

румынский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

профессия журналиста - журналист - личность

(Дата; автор абстракта)

9/1976, Б. Куфель

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

MACOVEI Radu : Personalitatea ziarului - profil tematic si, stil propriu

Личность журналиста - тематика и стиль его работы

Presa Noastra, 1974 № 6 стр. 37-40

Взаимоотношения между особенностью личности и его творчеством.

Публицистическая статья.

Личные черты журналиста часто помогают ему в работе, однако в некоторых случаях они могут мешать в выполнении работы журналиста. Особое внимание автора уделяется некоторым существенным факторам, которыми, по его мнению, должен отличаться журналист. Это факторы- определяющие эти зависимости: активная-пассивная позиция; умение преобразовать динамические элементы в статические /и наоборот/; постоянное совершенствование знаний, до достижения определенного уровня /журналист не может быть только специалистом - его знания должны постоянно расширяться и дополняться/; умение отбора информаций.

811

Hungarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - radio program - radio play - international exchange

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ZENTAI János : Nemzetközi rádiós konferencia Weimarban és Budapest. Konferenci-szimpózium-hangjátékfórum

International Radio Conference in Weimar and Budapest. Conference - Symposium - the Radio Plays Forum

Rádió és Televizió Szemle, 1975 no 4 pp. 83-90

The radio play - the principles of international exchange of radio programs.

A report on international conference.

A special section coordinating the exchange of radio programs has been created seven years ago in the framework of OIRT /an international radiophony organisation of socialist countries/. For this purpose special seminars for the exchange of workshop and theoretical experiences and also for the selection of programs are organised. Such demonstrations are usually connected with a discussion. During the consecutive symposia /in Weimar - 1974 and in Budapest - 1975/ the issues connected with the radio play and its audience /paper by Manfred Engelhardt/ as well as the future of this radio genre were discussed. The following were the main points of the discussion: the artistic value of the radio genre, the adaptation as becoming an independent type of creativity, the co-creative role of the recipients of radio play. The characteristics of "feature" have been discussed seperately /paper by W.Rödel/.

(date; abstract's author)

J. Lukáts, May 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 278-08
31-008 Kraków
Poland

811

венгерский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - радиопрограмма - радиопостановка - международный обмен

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Люкач

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-86
Польша

ZENTAI János : Nemzetközi rádiós konferencia Weimarban és Budapesten. Konferenci - szimpózium - hangjátékfórum

Международная радиоконференция в Веймаре и Будапеште. Конференция - симпозиум - форум радиопостановок

Rádió és Televizió Szemle, 1975 № 4 стр. 83-90

Радиопостановка - принципы обмена радиопрограмм.

Отчет о международных конференциях.

С семи лет на основе МОРиТ /международная организация редиовещаний социалистических стран/ действует отдельная ячейка по всем вопросам связанным с координацией обмена радиопрограмм. С этой целью организуются специальные симпозиумы,на которых происходит обмен теоретических опытов и опытов мастерства,а также демонстрируются избранные программы. Эта демонстрация сопровождается дискуссией. На очередних симпозиумах /в Веймаре - 1974 г. и в Будапеште - 1975 г./ обсуждались м.п. вопросы связанные с радиопостановкой и ее аудиторией /доклад прочитал Манфред Энгельхардт/ а также с будущим этого радиожанра. В основном обсуждались:художественная ценность радиожанра, формирование инсценировки как самостоятельного творчества, роль современной аудитории. Отдельно обсуждаются особенности"feature" /доклад прочитал В. Роздель/.

812

Hungarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - radio play - comedy

(date; abstract's author)

J. Lukáts, May 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

**● CECOM ●** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

HERMANN István : Megjegyzések a hangjátékról
Remarks on Radio Play

Rádió és Televizió Szemle, 1975 no 4 pp. 45-50

Radio comedy.

The sound comedy is a separate aesthetical genre and cannot be treated as an element of secondary importance in the radio repertoire policy. The factors that made the radio comedy a rarity. The differences between cabaret joke /called comedy publicism/ and the comedy. The cabaret joke is always based on one idea; the comedy can comprise various social subjects. The special possibilities of sound comedy.

812

венгерский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - радиопостановка - комедия

(Дата; автор абстракта)

5/1976, Я. Люкач

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

HERMANN István : Megjegyzések a hangjátékról

Замечания по поводу радиопостановки

Rádió és Televizió Szemle, 1975 № 4 стр. 45-50

Радиокомедия.

Звуковая комедия является отдельным эстетическим жанром и не может не учитываться в репертуаре театра. Факторы, влияющие на "дефицитность" радиокомедии Различие между кабаретной шуткой /т.н. комедийной публицистикой/ и комедией. Кабаретная шутка всегда основывается на одной идее; комедия должна выражать общественное содержание. Особые возможности звуковой комедии.

814

Polish

(Language of the original document)

KEYWORDS:

plant press - functions - social changes - industrial development

(date; abstract's author)

A. Świda, Sept. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-68
31-008 Kraków
Poland

• CECOM • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ŚWIDA Adam : Odbicie przemian społecznych w treści gazety zakładowej /Na przykładzie "Wiadomości Nowotarskich Zakładów Przemysłu Skórzanego"/

The Reflection of Social Changes in the Content of a Plant Paper /On the example of "Wiadomości Nowotarskich Zakładów Przemysłu Skórzanego"/

Zeszyty Prasoznawcze, 17:1976 no 1 pp. 45-52; Russian and English summaries

The functions of the plant paper and its way of participation in the process of industrial social changes. The main determinants of this process were: 1. the thematic structure of the content, 2. the presentation of individual employees with regard to their system of values.

A comparative analysis of the content of the paper /years 1960,1964,1969,1974/; 1209 items have been drawn by lot using the punctual method and 395 persons from among the employees have been selected /all articles on this subject come from the studied annual sets/.

The basic trends of change in the content of the paper correspond in a large extend with the social process characteristic of consecutive stages of industrialisation. It is reflected in the change of the basic thematic groups in the paper. In the initial period of existence of the paper the economic problems were exposed; in the time of full production the economic topics appear equally frequently as the social ones; in recent years the emphasis has apparently been on the social topics. The model of the worker promoted by the paper has also conformed with the consecutive stages of the development of the plant /both in the way of presentation and the features underlined as desirable/. This process is characterised by the shift from the presentation of groups of workers to the presentation of individual workers. The range of features taken into consideration in the evaluation of the worker has also changed. The more penetrating and comprehensive presentations with an attempt at grasping the man's character in all its complexity are more often. As the local processes of industrialisation are stimulated by similar phenomena on the national scale, the formulation of the hypothesis on the similarity of the way of participation of the whole plant press in the social changes in Poland seems essential.

814

польский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать предприятия - функции - общественные перемены - индустриализация

(Дата; автор абстракта)

9/1976, А. Сьвида

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-60
Польша

ŚWIDA Adam : Odbicie przemian społecznych w treści gazety zakładowej /Na przykładzie "Wiadomości Nowotarskich Zakładów Przemysłu Skórzanego"/

Отражение общественных перемен в содержании газеты предприятия /На примере газеты "Wiadomości Nowotarskich Zakładów Przemysłu Skórzanego"/

Zeszyty Prasoznawcze, 17:1976 № 1 стр. 45-52; резюме на русском и английском языках

Функции и характер участия производственной газеты в процессе индустриальных общественных перемен. Главными показателями этого процесса были: 1. тематический круг газеты, 2. очерки, посвященные работникам предприятия с учетом системы ценностей представленных особ.

Сравнительный анализ содержания газеты /за 1960,1964,1969 и 1974 годы/; из исследуемого материала выбрано методом пунктации 1209 статей и 395 очерков, посвященных работникам предприятия/все статьи этого рода из данной подборки газеты/.

Главные направления изменений в содержании газеты в большой степени соответствуют общественным процессам, типичным для отдельных фаз индустриализации. Это выражается в изменении тематического круга газеты. В начальный период существования газеты представлены экономические проблемы; в период полной продукции в одинаковой степени присутствуют экономические и общесоциальные темы; в последние годы в значительно большей степени центр тяжести перенесен на публикацию общественной проблематики. Отдельным периодам развития предприятия соответствует также пропагандируемый газетой образец рабочего /как в характере его представления, так и в отдельных чертах рассматриваемых как положительные/. Этот процесс характеризуется переходом от представления рабочих групп к представлению индивидуальных работников. Одновременно изменяется характер черт, рассматриваемых при оценке работника. Все чаще образ рабочего подается глубоко и всесторонне, чувствуется тенденция представить характер человека во всей его сложности. Поскольку отдельные процессы индустриализации на местах вызываются похожими явлениями в масштабе всей страны, можно, как кажется, сформулировать гипотезу об одинаковом характере участия всей производственной прессы в общественных переменах в Польше.

Первая разработка.

816

Polish, English

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - readership - questionnaire surveys - results of research - credibility

(date; abstract's author)

D. Wągiel, Sept. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

NĘCKI Zbigniew, SOBIECKI Zbigniew : Deklarowane i rzeczywiste czytelnictwo dzienników

The Declared and the Actual Readership of Dailies

Zeszyty Prasoznawcze, 17:1976 no 3 pp. 5-14; Russian summary. English text on a separate insert.

Readers' declarations on their reading habits and the actual readership /on the example of local dailies/.

1. An analysis of the proportions of text read by the respondents during the two days preceding the day of research. 2. An analysis of replies to a standard set of questionnaire questions usually applied in the research of the range of reception of press. /N=112; 57 women, 55 men of different age, professions and education/

The verisimiltude of actual readership is greatest among the people who declared an everyday reading of a daily. A prevailing tendency for overstating the degree of readership /an average of 23%/; the highest rate of falsification in the replies was ascertained among women over 60 with education on the elementary school level, not belonging to any political organisation. The analysis of the contents read by the examined people showed that the age is one of the most important factors influencing the readership: people of age 40-49 read most, while people under 19 read least. But the analysis of the declarations shows quite different age groups for the best readers. The divergence of conclusions ensuing from the data on readership based on declarations and on the analysis of what has been actually read by the respondents induces to a considerable caution in approving of results of surveys.

816

польский, английский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - круг читателей - опросные исследования - результаты исследований - достоверность

(Дата; автор абстракта)

9/1976, Д. Воигель

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-60
Польша

NĘCKI Zbigniew, SOBIECKI Zbigniew : Deklarowane i rzeczywiste czytelnictwo dzienników

Заявляемое и действительное чтение газет

Zeszyty Prasoznawcze, 17:1976 № 3 стр. 5-14; резюме на русском языке. На отдельной вкладке текст на английском языке

Декларации читателей и действительный круг читателей газет /на материале местных изданий/.

1.Анализ пропорций содержания газет, прочитанных исследуемыми читателями за последние два дня; 2. Анализ ответов на стандартную анкету, используемую обычно для исследований объема распространения печати. В исследованиях участвовало 112 человек /57 женщин, 55 мужчин/ различного возраста, профессии и образования.

Вероятность действительного участия наиболее высока среди лиц, декларирующих каждодневное чтение газеты. Общая тенденция заключается в завышении участия в чтении газеты /в среднем 23%/, самый высокий процент неправильных ответов встречается среди женщин в возрасте свыше 60 лет, с начальным образованием, не участвующих в политических организациях. Наиболее правильные ответы дают мужчины в возрасте 40-49 лет, с высшим образованием. В результате анализа содержания установлено,что возраст является одним из наиболее существенных факторов, которые влияют на участие в чтении газет: больше всего читают газеты лица в возрасте 40-49 лет, менее всего - в возрасте ниже 19 лет. В то же время анализ анкетных деклараций показывает совершенно иное распределение по возрастным группам. Разница, которая возникает в результате сравнения данных из анкетных деклараций и анализа содержания действительно прочитанных газет, склоняет до большей осторожности в оценке выводов, полученных путем опроса.

817

English

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

radio - role - art - popularization - artistic criticism

(date; abstract's author)

S. Dziki, Sept. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 270-00
31-008 Kraków
Poland

**●CECOM●** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

GRALOW Helmut : Radio as the Creator, Conveyor and Reviewer of Art. Ideas and Comments to a Topical Discussion

Radio Television. OIRT, 1976 no 3 pp. 6-12

The role of the radio as the creator, reviewer and conveyor of art.

Publicistic article /on the basis of the experience and actual output of German Democratic Republic radio/.

In the 50 years of its existence the radio has developed its own specific and characteristic of this medium alone methods of propagating and evaluating of the works of art. Radio in GDR prepares regularly programs devoted to the reviews of literary, theatrical, film and musical works. The average time of transmission of that type of programs is 3 hours 40 min. a week. From the point of view of quantity radio is among these mass media which contribute mostly to the development of literary criticism. It not only has its share in prompt information about novelties, but it also shapes the recipients' opinions and their artistic receptiveness. The radio has a still greater role in propagating of musical works. All together GDR radio broadcasts 16.800 hours of musical programs a year /47% is dance music, beat and pop songs; 15% - opera, symphonic and choral music/. 96% of listeners in GDR listen regularly to musical programs.

817

английский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

радио - роль - искусство - популяризация - художественная критика

(Дата; автор абстракта)

9/1976, С. Дзики

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-06
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

GRALOW Helmut : Radio as the Creator, Conveyor and Review of Art. Ideas and Comments to a topical discussion

Роль радио как творца, пропагандиста и критика искусства

Radio Television. OIRT, 1976 № 3 стр. 6-12

Роль радио как творца, посредника и критика произведений искусства.

Публицистическая статья /на примере опыта и определенных достижений радио ГДР/.

Радио в период своего 50-тилетнего существования выработало специфические, свойственные ему одному, методы пропаганды и оценки произведений искусства.Радио ГДР регулярно готовит передачи, посвященные критике произведений литературы, театра, кино и музыки. Время передач этого рода составляет приблизительно 3 часа 40 мин. в неделю. С точки зрения количественных данных, радио относится к таким средствам массовой информации и пропаганды, которые больше всего способствуют развитию культурной критики. Оно в большой степени не только способствует быстрому информированию о новых произведениях, но также формирует мнение слушателей, их художественное восприятие. Еще большую роль играет радио в пропаганде музыки. В общем радио ГДР транслирует в течение года 16.800 часов музыкальных передач/47% - танцевальная музыка, эстрадные песни; 15% - оперная музыка; симфоническая и хоровая музыка/. 96% слушателей свыше 15 лет регулярно слушает музыкальные передачи радио ГДР.

818

Bulgarian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

press - periodicals - bibliography /list of titles/ - Bulgaria - 1944-1969

(date; abstract's author)

D. Wągiel, Sept. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-06
31-008 Kraków
Poland

●**CECOM**● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

БЪЛГАРСКИ ПЕРИОДИЧЕН ПЕЧАТ 1944-1969. БИБЛИОГРАФСКИ УКАЗАТЕЛ. ТОМ 1: А-М

BULGARIAN PRESS 1944-1969. BIBLIOGRAPHICAL COMPILATION. VOL. 1:A-M

Народна Библиотека "Кирил и Методий", София 1975 490 pp.

A bibliography of periodical publications printed in Bulgaria in 1944-1969.

Bibliographical methods.

A register of publications in Bulgarian and other languages printed in Bulgaria /it leaves out publications which appeared outside Bulgaria - they will be the subject of a separate elaboration/. The description of every position comprises three groups of data: a. bibliographical description: title, subtitle, frequence of appearance, editor, place of edition, publishing house, printing house, size, circulation /usually the highest and the lowest circulation of the whole period of appearance are given/, price; b. so called specification /data on the published annuals and issues/, c. bibliographical note /it supplements and explains the data concerning the publications in the period of their appearance, it can be general data or data concerning individual elements of the bibliographical description; only the changes in circulation numbers and in price are not noted:The bibliography consists of the following parts: 1.periodical publications in Bulgarian, 2. periodical publications in other languages, 3. leaflets. Indexes: of names,geographical /places of publication/, synchronic /alphabetical and chronological/, systematic, of publishing institutions and printing houses.

A continuation of the annotated bibliography published in the years 1962-1969 and covering the period 1844-1944.

818

болгарский

*(язык подлинника)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

печать - журналы - библиография /перечень работ/ - Болгария - 1944-1969

*(Дата; автор абстракта)*

9/1976, Д. Вонгель

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

▪ **ЦЕКОМ** ▪ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

БЪЛГАРСКИ ПЕРИОДИЧЕН ПЕЧАТ 1944-1969. БИБЛИОГРАФСКИ УКАЗАТЕЛ. Том 1: А-М

БОЛГАРСКАЯ ПЕЧАТЬ В 1944-1969 г.г. БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ ПЕРЕЧЕНЬ

Народна Библиотека "Кирил и Методий", София 1975 стр. 490

Библиография периодических издательств появляющихся в Болгарии в 1944-1969 гг.

Библиографические методы.

Работа региструет издательства на болгарском и иностранном языках появляющиеся на территории Болгарии, не учитывая издательств вне Болгарии /они будут отдельно разработаны/. Описание каждой публикации составляют три группы данных: а. библиографические данные: заглавие, подзаглавие, частота, редакционный коллектив, место издания, издательство, типография, формат, тираж /по принципу отмечается самый низкий и самый высокий в течение всего периода издавания/; б. тн. спецификация /данные об отдельных ежегодниках и отдельных номерах/; в. библиографическая нота /дополняет и выясняет данные общего характера, или же относящиеся к отдельным библиографическим описаниям; здесь не учитываются только изменения в тираже и цене/. Библиография состоит из следующих частей: 1. периодические издательства на болгарском языке, 2. периодические издательства на других языках, 3. разовые издания. Индексы: фамилий, географический /место издания/, синхронический /в алфавитно-хронологическом порядке/, систематический, издательских предприятий и типографий.

Продолжение аннотированной библиографии изданной в 1962-1969 г.г. охватывающей период 1844-1944 г.г.

820

Polish

*(Language of the original document)*

**KEYWORDS:**

party press - week-end editions - model - readership

*(date; abstract's author)*

H. Siwek, July 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Glowny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

• **CECOM** • *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

KOLOWCA Barbara : Wydania sobotnio-niedzielne gazet partyjnych
Week-end Editions of Party Papers

Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW "Prasa-Książka-Ruch", Kraków 1975 pp. 99-145.
Materiały, vol. 29

The content of the week-end editions of local Party dailies; the specific features of week-end editions. Suggestions for the editorial practice of these editions.

Content analysis of 18 local Party dailies /from the first quarter of 1974/; a comparison of the week-end editions with the Tuesday and Thursday editions and also with some of the dailies of foreign communist parties. An analysis of circulation, popularity of the investigated papers and also of their readers' interests on the basis of national readership research /N=9898 persons over 13 years old/.

The week-end editions as compared with mid-week editions are of bigger size, bring more current information and are illustrated in a greater degree. They carry special publicistic and entertainment pages which practically do not ever appear in mid-week editions. The content of the week-end editions makes them similar to the papers of a magazine character. They are more popular than mid-week editions. The growth of the circulation numbers is not evidently connected with the difference in the content, though their content suits the readers' interests better than the content of mid-week editions. Suggestion that the week-end editions be an intermediate form between the mid-week editions and the socio-political weeklies and illustrated magazines.

The subject has been treated previously; a comparison with foreign press; an attempt at combining the content analysis and the readership research.

820

**польский**

*(язык подлинника)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

партийная печать - суббото-воскресные издания - модель - чтение

*(Дата; автор абстракта)*

7/1976, Х. Сивек

**ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР**
**Рынэк Гл. 23**
**31-008 Краков, тел.: 276-06**
**Польша**

KOLOWCA Barbara : Wydania sobotnio-niedzielne gazet partyjnych
Субботo-воскресные издания партийных газет

Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW "Prasa-Książka-Ruch", Kraków 1975 стр. 99-145. Материаля, вып. 29

Содержание субботo-воскресных местных партийных газет; специфика этих газет. Предложения по практике редактирования этих газет.

Анализ содержания 18 местных партийных газет /1 квартал 1974 года/; сравнение субботo-воскресных изданий с изданиями, выходящими по вторникам и четвергам и некоторыми заграничными газетами коммунистических партий. Анализ тиражей, читаемости и интересов читателей, популярности этих газет на основе общепольских исследований круга читателей прессы /исследование 9898 читателей в возрасте выше 13 лет/.

Субботo-воскресные газеты по сравнению с каждодневными изданиями имеют больший объем и помещают больше текущей информации, больше иллюстраций. Содержат специфический раздел развлекательной публицистики, не встречающийся в будничных газетах. Содержание субботo-воскресных газет приближается к содержанию журналов. Они пользуются гораздо большей популярностью, чем каждодневные издания. Увеличение тиража однако не связывается с изменением характера содержания, хотя содержание этих газет больше отвечает потребностям читателей, чем содержание будничных изданий. Высказывается предложение, чтобы субботo-воскресные издания занимали среднее положение между будничными газетами и общественно-политическими еженедельниками, а также иллюстрированными журналами.

Одно из исследований на эту тему. Сравнение с заграничной прессой. Попытка соединения анализа содержания с исследованием круга читателей.

821

Polish

*(Language of the original document)*

**KEYWORDS:**

illustrated magazine - readership - preference - content analysis - Poland

*(date; abstract's author)*

H. Siwek, Oct. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

MASŁOWSKI Władysław : Z badań nad propagandowo-wychowawczą i kulturotwórczą rolą magazynów ilustrowanych

Research on the Propagandist, Educational and Cultural Role of Illustrated Magazines

Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW "Prasa-Książka-Ruch", Kraków 1975 pp. 7-97. Materiały, vol. 29

The circulation numbers of five Polish magazines /"Przekrój", "Panorama", "Perspektywy", "Panorama Północy", "Tydzień"/. The characterisation of the readership of the analysed periodicals, the readers' preferences and their conformity with the content of the magazines.

An analysis of the circulation and returns. The range of the readership of magazines on the basis of attainable results of the research on press readership. An analysis of the magazine content.

The great typological similarity of the magazines under examination. As far as the topics, the genre structure and the lay-out are concerned "Przekrój" apparently stands out among the magazines. All papers prefer news from their own region."Perspektywy" and "Przekrój" are meant for readers of high intellectual level. However "Panorama Północy" and "Tydzień" are more popular. Cultural topics are the most frequent in all magazines. The best workshop level is observed in "Panorama", "Perspektywy", and "Przekrój". It has also been stated that these magazines best suit the readers' preferences. Thus it can be assumed that the best propaganda tools in this group are "Przekrój" and then "Panorama", "Perspektywy", "Panorama Północy","Tydzień". A greater formal and thematic differentiation of magazines published in Poland would be desirable.

The subject has been treated previously; a complex analysis, topicality of the knowledge.

821

польский

*(язык подлинника)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

иллюстрированный журнал - чтение - предпочтения - анализ содержания - Польша

*(Дата; автор абстракта)*

9/1976, Х. Сивек

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

MASŁOWSKI Władysław : Z badań nad propagandowo-wychowawczą i kulturotwórczą rolą magazynów ilustrowanych

Из исследований по пропагандистско-воспитательной и культурной роли иллюстрированных журналов

Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW "Prasa-Książka-Ruch", Kraków 1975 стр. 7-97. Материалы, вып. 29

Тиражи и издание 5 польских журналов /"Przekrój", "Panorama", "Perspektywy", "Panorama Północy", "Tydzień"/. Характеристика читаемости исследуемых журналов, интересы читателей, принятие содержания иллюстрированных журналов читателями.

Анализ тиражей и возвратов. Степень распространения журналов, определяемая на основе доступных результатов исследований читаемости прессы. Анализ содержания журналов.

Большое типологическое сходство анализируемых журналов. С точки зрения тематики, видовой структуры и графического оформления, наиболее отличается от других "Przekrój". Все журналы прежде всего помещают информацию из того района, где они издаются. "Perspektywy" и "Przekrój" ориентируются на читателя с высоким интеллектуальным уровнем. Более популярны в то же время "Panorama Północy" и "Tydzień". Культурные темы занимают во всех журналах главное место. Самый высокий журналистский уровень представляют "Panorama", "Perspektywy" и "Przekrój". Установлено, что эти журналы в большей степени удовлетворяют интересы читателей. Можно считать, что наилучшие пропагандистские возможности у журнала "Przekrój", а потом, по порядку, у журналов "Panorama", "Perspektywy", "Panorama Północy", "Tydzień". Выражается желание большего формального и содержательного разнообразия материалов, появляющихся в польских журналах.

Одно из исследований на эту тему; новые данные, комплексный анализ.

844

Russian

(Language of the original document)

**KEYWORDS**:

social information - theory - functions - mass media

(date; abstract's author)

a collective working up Oct. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

АФАНАСЬЕВ В.Г., УРСУЛ А.Д. : Социальная информация /некоторые методологические аспекты/

AFANAS'EV V.G., URSUL A.D. : Social Information /Some of the Methodological Aspects/

Вопросы философии, 1974 no 10 pp. 61-74

A number of fundamental methodological problems concerning the social information theory.

A theoretical article.

The article considers the history of the subject mentioned above. It presents a clear differentiation of the information approach /which underlines first of all the points of contents/ and the theory of information. It also considers the nature and characteristics of social information, its kinds and functions, as well as the main components of socio-information processes. The structure of mass information processes of press, radio and television is especially underlined. The content and methodological analysis of the problems of social information is necessary for the solution of many tasks of modern science, particularly for the theory of scientific government of the society.

844

русский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

социальная информация - теория - функции - средства массовой информации и пропаганды

(Дата; автор абстракта)

10/1976 , коллективная
разработка

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 270-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

АФАНАСЬЕВ В.Г., УРСУЛ А.Д. : Социальная информация /некоторые методологические аспекты/

Вопросы философии, 1974 # 10 стр. 61-74

Ряд принципиальных методологических вопросов учения о социальной информации.

Теоретическая статья.

Дается история вопроса: предлагается четкое различение информационного подхода /акцентирующего внимание прежде всего на содержательных моментах/ и теории информации; рассматриваются природа и свойства социальной информации, ее виды и функции, а также основные компоненты социально-информационных процессов; особо выделяется структура массовых информационных процессов /прессы, радио,телевидения/. Содержательно-методологический анализ проблем социальной информации необходим для решения многих задач современной науки, и в частности теории научного управления обществом.

845

Russian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass communication - language - theory - research

**• CECOM •** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

PSYCHO-LINGUISTIC PROBLEMS OF MASS COMMUNICATION

Издательство "Наука", Москва 1974 146 pp.

Psycho-linguistic problems of social interaction /mass communication/ - a characteristic of the modern state of research in this field.

A collective monograph dealing with the analysis of theoretical linguistic problems connected with mass communication activity /including advertisments/.The book contains: 1. an analysis of the conception of mass communication and the discussion of some results obtained in the frame of bourgeois theories of mass communication; 2. an approach to the consideration of mass communication from the point of view of Soviet /general and social/ psychology and psycho-linguistic; 3. a concrete definition of general conceptions based on the linguistic materials of different kinds of mass communication; 4. a description of some experimental methodologies designed for mass communication studies on different levels of the semantic perception. Besides, practical reccomendations for the further increase of the effectiveness of the work of mass information and propaganda media.

(date; abstract's author)

a collective working up,
Oct. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 270-86
31-008 Kraków
Poland

845

русский

*(язык подлинника)*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

массовая коммуникация - язык - теория - исследования

*(Дата; автор абстракта)*

10/1976, коллективная разработка

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

## ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Издательство "Наука", Москва 1974 стр. 146

Психолингвистические проблемы социального общения /массовой коммуникации/ - характеристика современного состояния исследований в этой области.

Коллективная монография анализирует теоретические языковые проблемы,связанные с деятельностью массовой коммуникации /включая рекламу/. Книга содержит: 1/ анализ понятия массовой коммуникации и обсуждение некоторых результатов, полученных в рамках буржуазных теорий массовой коммуникации; 2/ подход к рассмотрению массовой коммуникации с точки зрения советской /общей и социальной/психологии и психолингвистики; 3/ конкретизацию общих положений на материале языка отдельных видов массовой коммуникации; 4/ описание некоторых экспериментальных методик, разработанных для целей изучения массовой коммуникации на разных уровнях смыслового восприятия. Кроме того, даются практические рекомендации, направленные на повышение эффективности работы средств массовой информации и пропаганды.

846

Russian

*(Language of the original document)*

**KEYWORDS:**

television - screen - televiewer - reception

*(date; abstract's author)*

a collective working up,
Oct. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

**● CECOM ●** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

КОПЫЛОВА Р. : Контакт /Заметки о феномене телевизионности/

KOPYLOVA R. : Contact /Notes on the Phenomenon of "Televisionness"/

Искусство, Москва 1974 132 pp.

The problems of contacts between the viewer and the TV.

The author considers the peculiarities of the TV image as distinguished from other kinds of images. She analyses the method of viewer's involvement in the structure of a screen message; general regularities of television performance and their manifestation in the sphere of television creative work. Television - with its "this-very-momentariness" and the "effect of presence", with its natural "documentariness" and "improvisation", with the specific attitude of the audience towards reality and viewer's active participation - is characterized as a perfect basis for the emergence of the adjacent documentary and feature forms. The right evaluation of the phenomenon of "televisionness" is closely connected with that very real role which TV screen plays in every society.

846

русский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

телевидение - экран - телезритель - восприятие

(Дата; автор абстракта)

10/1976, коллективная
разработка

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

КОПЫЛОВА Р. : Контакт./Заметки о феномене телевизионности/

Издательство "Искусство", Москва 1974 стр. 132

Проблемы контакта зрителя с телеэкраном.

Автор рассматривает особенности телевизионного изображения, отличия его от других видов изображений; анализирует способ включения зрителя в структуру экранного сообщения и общие закономерности телевизионного зрелища, их проявление в сфере телевизионного творчества. Телевидение - с его "сиюминутностью" и "эффектом присутствия", с его природной документальностью и импровизационностью, со специфической установкой аудитории на реальность и активным соучастием зрителя, - характеризуется как прекрасная почва для возникновения пограничных документально-художественных, документально-игровых форм. Правильная оценка феномена телевизионности тесно связана с той реальной ролью, которую играет телеэкран в каждом конкретном обществе.

847

Russian

*(Language of the original document)*

**KEYWORDS:**

scientific and technical revolution - communication satellites - television - training

*(date; abstract's author)*

a collective working
up Oct. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

● **CECOM** ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

БЕЛОЦЕРКОВСКИЙ О.М. : Космос и образование

BELOTSERKOVSKIĬ O.M. : Outer Space and Education

Вопросы философии, 1974 no 4 pp. 66-76

Explorations of the outer space have greatly stimulated the progress in many branches of science, technology and industry. They influenced the world-outlook of men and present-day educational methods too. The scientific and technological progress, important achievements in mastering outer space make the contemporary science especially attractive for young men. On the other hand, the use of artificial satellites for the educational purposes enables us to raise all the levels of education on a large scale. At present there are some projects being carried out, and new ones are being elaborated, the aim of which is the educational television broadcasting by means of satellites for the large regions of the Earth. The problems of training of specialists, of using communication satellites for educational aims. The author describes the existing television satellite systems functioning to-day and the future system projects.

847

русский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

научно-техническая революция - искусственные спутники связи - телевидение - обучение

(Дата; автор абстракта)

10/1976, коллективная разработка

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-06
Польша

**ЦЕКОМ** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

БЕЛОЦЕРКОВСКИЙ О.М. : Космос и образование

Вопросы философии, 1974 № 4 стр. 66-76

Исследования космического пространства послужили мощным стимулом для развития многих отраслей науки, техники и промышленности. Они повлияли также на мировоззрение человека и современные методы образования. Научно-технический прогресс, важные достижения в освоении космического пространства сделали науку особенно привлекательной для молодежи. С другой стороны, применение искусственных спутников для образовательных целей дает нам возможность всемерно развивать образование на всех уровнях. В настоящее время разрабатываются грандиозные проекты, целью которых является передавать образовательные программы по телевидению с помощью спутников для обширных районов земли. Обсуждаются проблемы подготовки специалистов и использования спутников связи для образовательных целей. Автор описывает существующие системы спутников, функционирующие в настоящее время и проекты систем, которые предстоит реализовать в ближайшем будущем.

348

Russian

*(Language of the original document)*

**• CECOM •** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ДРИДЗЕ Т.М. : Семиотический уровень как существенная характеристика реципиента в процессе информирования

DRIDZE T.M. : Semiotic Level as an Important Characteristic of a Recipient in the Process of Being Informed

Материалы научного семинара "Семиотика средств массовой коммуникации". Часть I. Издательство МГУ, Москва 1973 стр. 130-136

A construction of the semiotic model "text - interpreter".

Such a model gives one a possibility to find some general basis for the construction of two typologies which, being of different subject, are at the same time closely interrelated, namely: information materials /texts/ on one hand, and their recipients on the other. A degree of the adequacy in the interpretation of the communicative materials, proving the adequacy of the adoption of the main idea /purpose and conception/ of the message by addressees, which conditions one or another level of the recipient's informativeness, is determined by the type of the semiotic grounding and semiotic level. Conclusions concerning the belonging of an individual to a semiotic group are drawn only on the concrete experimental basis.

**KEYWORDS:**

process of communication - text - recipient - interpretation - semiotics

*(date; abstract's author)*

a collective working up Oct. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-000 Kraków
Poland

848

русский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

процесс коммуникации - текст - реципиент - интерпретация - семиотика

(Дата; автор абстракта)

10/1976, коллективная разработка

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

■ ЦЕКОМ ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

ДРИДЗЕ Т.М. : Семиотический уровень как существенная характеристика реципиента в процессе информирования

Материалы научного семинара "Семиотика средств массовой коммуникации". Часть I. Издательство МГУ, Москва 1973 стр. 130-136

Построение семиотической модели "текст-интерпретатор".

Такая модель дает возможность найти некоторые общие основания для построения двух разнопредметных и в то же время тесно взаимосвязанных типологий: информационных материалов /текстов/, с одной стороны, и их получателей/реципиентов/ - с другой. Степень адекватности интерпретации коммуникативного материала, свидетельствующая об адекватном усвоении адресатами основной идеи /цели, концепции/ сообщения и обусловливающая тот или иной уровень информированности реципиентов, опосредуется типом их семиотической подготовки, их семиотическим уровнем. Выводы относительно принадлежности индивида к той или иной семиотической группе делаются только на основании конкретного эксперимента.

849

Russian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - language - semiotics

(date; abstract's author)

a collective working up,
Oct. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-86
31-008 Kraków
Poland

● CECOM ● *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

МАТЕРИАЛЫ НАУЧНОГО СЕМИНАРА "СЕМИОТИКА СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ"/В двух частях/

MATERIALS OF THE SCIENTIFIC SEMINAR "MASS MEDIA SEMIOTICS" /In two Parts/

Издательство МГУ, Москва 1973 Part I - 419 pp.; Part II - 399 pp.

The seminar "Mass Media Semiotics" was devoted to the specification, concrete definition and interpretation in terms of modern science of suth problems in general linguistics as "Sign Systems and Thinking", "Sign Systems and Society". It is only natural that the philosophy of the natural languages as the most universal sign systems which are now rapidly developing due to the mass media spreading in modern society were in the focus of attention during the seminar. The 1st Part of the collection of works is devoted to the philosophical and general theoretical aspects of mass media and to the study of verbal effects. The 2nd Part considers some problems of semiotic aspect in linguistics and the linguistic aspect of mass media.

849

русский

(язык публикации)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - язык - семиотика

(Дата; автор абстракта)

10/1976, коллективная
разработка

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-68
Польша

**■ ЦЕКОМ ■** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

МАТЕРИАЛЫ НАУЧНОГО СЕМИНАРА "СЕМИОТИКА СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ" /В ДВУХ ЧАСТЯХ/

Издательство МГУ, Москва 1973 I часть - 419 стр., II часть - 399 стр.

Тематика семинара "Семиотика средств массовой коммуникации" представляет собой уточнение, конкретизацию и интерпретацию в терминах современных наук таких тем общего языкознания, как "Знаковые системы и общество"; "Знаковые системы и мышление". Центральной проблемой материалов семинара оказывается философия естественного языка как наиболее универсальной знаковой системы и отношение между естественным языком и другими знаковыми системами, которые бурно развиваются в связи с возрастанием роли массовых коммуникаций в современном обществе. I часть сборника посвящена философскому и общетеоретическому аспекту средств массовой коммуникации и исследованию средств речевого воздействия. Во II части рассматриваются некоторые проблемы семиотического аспекта лингвистики и лингвистический аспект средств массовой коммуникации.

850

Russian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

communist propaganda - theory - methods

(date; abstract's author)

a collective working up,
Oct. 1976.

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 278-88
31-008 Kraków
Poland

КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПРОПАГАНДА /вопросы теории и методики/

COMMUNIST PROPAGANDA : Problems of Theory and Methodology

Издательство "Мысль", Москва 1974 300 pp.

Gnosiological, socio-psychological and sociological aspects of communist propaganda; the problems of the effectiveness and mastership of the propagandist work.

The book considers, on the basis of the creative use of the achievements of the theory of gnosiology, social psychology, sociology and the art of propaganda, the actual scientific and practical problems of communist propaganda as a part of the ideological work of the party. It also describes some of the peculiarities of propaganda in the era of scientific and technological revolution originating from the advantages of the developed socialist society. A scientific analysis of the communist /including foreign policy/ propaganda is combined with the criticism of the bourgeois theories and practice of propaganda.

850

русский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

коммунистическая пропаганда - теория - методика

(Дата; автор абстракта)

10/1976, коллективная
разработка

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынек Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-66
Польша

КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПРОПАГАНДА /вопросы теории и методики/

Издательство "Мысль", Москва 1974 стр. 300

Идеологические, социально-психологические и социологические аспекты коммунистической пропаганды, вопросы эффективности и мастерства пропагандистской работы.

На основе творческого использования достижений теории познания, социальной психологии, социологии, пропагандистского искусства рассматриваются актуальные научные и практические проблемы коммунистической пропаганды как составной части идеологической работы партии; раскрываются характерные особенности пропаганды в эпоху научно-технической революции на основе преимуществ развитого социалистического общества. Научный анализ коммунистической, в том числе внешнеполитической, пропаганды сочетается с критикой буржуазных теорий и практики пропаганды.

851

Russian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass communication - process of communication - reception - psychology - attention - understanding

(date; abstract's author)

a collective working up,
Oct. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

ШЕРКОВИН Ю.А. : Психологические проблемы массовых информационных процессов

SHERKOVIN Yu.A. : Psychological Problems of Mass Information Processes

Издательство "Мысль", Москва 1973 214 pp.

A theoretical analysis of psychological phenomena issuing from the functioning of mass information and propaganda systems in modern conditions.

Having a great volume of factual materials for the base the author reports the following: a. a connection between socio-psychological problems of mass communication and the information theory; b. the psychological problems of perception, understanding, belief and suggestion in mass information processes. The research gives one the knowledge necessary both for the elaboration of general methodology for the analysis of the communication activity and for the needs of practice.

851

русский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

массовая коммуникация - процесс коммуникации - восприятие - психология - внимание - понимание

(Дата; автор абстракта)

10/1976, коллективная
разработка

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 276-88
Польша

ШЕРКОВИН Ю.А. : Психологические проблемы массовых информационных процессов

Издательство "Мысль", Москва 1973 стр. 214

Теоретический анализ психологических явлений, сопровождающих функционирование систем массовой информации и пропаганды в современных условиях. На обширном фактическом материале автор последовательно рассматривает: а/ связь социально-психологических проблем массовой коммуникации с теорией информации; б/ психологические проблемы внимания, восприятия, понимания, убеждения и внушения в массовых информационных процессах. Исследование дает знания, необходимые как для разработки общей методологии анализа коммуникационной деятельности, так и для нужд практики.

852

Russian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass communication - research methods - content analysis

(date; abstract's author)

a collective working up,
Oct. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23, tel.: 276-86
31-008 Kraków
Poland

ЛАУРИСТИН М.Я. : О некоторых методологических вопросах анализа содержания массовой информации

LAURISTIN M.I. : On Some Methodological Problems of the Analysis of Mass Information Contents

Вопросы философии, 1974 no 6 pp. 112-121

The problems connected with the formulation of the tasks of the analysis of mass information content /content-analysis/, with the interpretation of the obtained data and with the basing of the categories and procedures of the analysis used nowadays.

A theoretical article.

The article gives a critical commentary on a number of foreign methodological conceptions of content-analysis, namely: a contradiction between the increasing technological perfection of content-analysis and the content scantiness of the obtained results. It proposes to consider content-analysis to be not only the method of gathering and processing the information but also as a complex of the research activities begihning from the formation of the object and formulation of the tasks, to the interpretation of the results of the formalized observation and statistical operations. The article underlines the importance of the development of the theory and methodology of content-analysis for the solution of practical problems of the scientific managing of mass information and propaganda media in the conditions of the socialist society.

852

русский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

массовая коммуникация -
исследовательские методы -
анализ содержания

(Дата; автор абстракта)

10/1976, коллективная
разработка

**ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР**
**Рынэк Гл. 23**
**31-008 Краков, тел.: 276-66**
**Польша**

ЛАУРИСТИН М.Й. : О некоторых методологических вопросах анализа содержания массовой информации

"Вопросы философии", 1974 # 6 стр. 112-121

Проблемы связанные с постановкой задач анализа содержания массовой информации /контент-анализа/, интерпретацией полученных данных и обоснованием применяемых категорий и процедур анализа.

Теоретическая статья.

Дается критическое истолкование ряда зарубежных методологических концепций контент анализа: противоречие между растущим техническим совершенством контент анализа и содержательной ограниченностью получаемых результатов. Предлагается рассматривать контент анализ не только как метод сбора и обработки информации, а как комплекс исследовательских действий: от формирования объекта и формулирования задач - до интерпретации результатов формализованного наблюдения и статистических операций. Подчеркивается важность развития теории и методики контент анализа для решения практических задач научного управления средствами массовой информации и пропаганды в условиях социалистического общества.

853

Russian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

television - functions - impact - audience

(date; abstract's author)

a collective working up,
Oct. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 278-88
31-008 Kraków
Poland

# ТЕЛЕВИЗИОННАЯ АУДИТОРИЯ: СТРУКТУРА, ОРИЕНТАЦИИ, КУЛЬТУРНАЯ АКТИВНОСТЬ

## TV AUDIENCE: STRUCTURE, ORIENTATIONS, CULTURAL ACTIVITY

Свердловск 1973 106 pp.

A collection of works dealing with different aspects and parameters of the TV audience.

Television as one of the media of mass information and propaganda. Its main social functions and the impact on different aspects of socialist society.The book also presents the complex research of the relations between television and the audience as one of the approaches to the analysis of the social functions of television. It provides a basis for methodology, methods and techniques of the concrete sociological analysis of the system "television - viewer". As the most important characteristic of the relation "television - viewer" the amount of time devoted to the watching of TV programmes is underlined. This value varies considerably according to different objective and subjective distinctions which differentiate the viewers' audience. The book considers the structure of the TV audience and the characteristics of the saturation with television in different strata of the socio-demographical environment. It analyses the consequences caused by television in all the spheres of people's cultural activity, particularly the impact of television on the change of the structure of leisure activities. On the basis of the sociological studies on the viewers' audience the book gives the prognosis of future interrelations between television and other kinds of art. It also specifies the place of television in the formation of a harmonious and all-round developed personality.

■ **ЦЕКОМ** ■ *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

853

русский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

телевидение - функции - воздействие - аудитория

(Дата; автор абстракта)

10/1976, коллективная разработка

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-66
Польша

## ТЕЛЕВИЗИОННАЯ АУДИТОРИЯ: СТРУКТУРА, ОРИЕНТАЦИИ, КУЛЬТУРНАЯ АКТИВНОСТЬ

Свердловск 1973 стр. 136

Различные аспекты и параметры телевизионной аудитории.

Телевидение характеризуется в ряду других средств массовой информации и пропаганды, выявляются его основные социальные функции и влияние на различные аспекты духовной жизни социалистического общества. Как один из подходов к анализу социальных функций телевидения предлагается комплексное исследование связей телевидения и зрительской аудитории. Обоснование методологии, методики и техники конкретно-социологического анализа системы "телевидение-зритель". В качестве важнейшей характеристики связи "телевидение-зритель" выделяется объем времени, расходуемого на просмотр телепередач; доказывается, что эта величина в значительной степени варьирует в зависимости от различных объективных и субъективных признаков, дифференцирующих зрительскую аудиторию. Границы телевизионной аудитории и характеристика насыщенности телевидением различных срезов социально-демографической среды. Анализ следствия, которое вызвало телевидение во всей сфере культурной деятельности людей, в частности влияния телевидения на изменение структуры досуговых занятий. На материалах социологического изучения зрительской аудитории дается прогноз будущим "взаимоотношениям" телевидения и других видов искусства, определяется место телевидения в формировании гармонически и всесторонне развитой личности.

854

Russian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass communication - language - social consciousness - content analysis

(date; abstract's author)

a collective working up,
Oct. 1976

**PRESS RESEARCH CENTRE**
Rynek Główny 23; tel.: 276-66
31-008 Kraków
Poland

**•CECOM•** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

ОВСЯННИКОВ М.Ф. : Массовая коммуникация и общественное сознание /идеологический аспект/. Материалы научного семинара "Семиотика средств массовой коммуникации". Часть I

OVSYANNIKOV M.F.: Mass Communication and Social Consciousness /Ideological Aspect/. Materials of the Scientific Seminar "Mass Media Semiotics" Part I

Издательство МГУ, Москва 1973 pp. 31-32

The paper underlines the necessity of the complex approach to the following problems: 1. the formalism of the mass media languages in accordance with the specificity of the contents and the hierarchy of the forms of social consciousness; 2. the manipulation with the harmonic development of the hierarchy of the "languages" which present the forms of social consciousness. The paper also considers the importance of the content-analysis for the revealing of the conceptions and categories of social consciousness in their present state.

854

русский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

массовая коммуникация - язык - общественное сознание - анализ содержания

(Дата; автор абстракта)

10/1976, коллективная разработка

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынэк Гл. 23
31-008 Краков, тел. 276-66
Польша

ОВСЯННИКОВ М.Ф. : Массовая коммуникация и общественное сознание /идеологический аспект/

Материалы научного семинара "Семиотика средств массовой коммуникации". Часть I. Издательство МГУ, Москва 1973 стр. 31-32

В статье подчеркивается необходимость комплексного подхода к проблемам: 1/ структурирования языков средств массовой коммуникации в соответствии со спецификой содержания и иерархии форм общественного сознания; 2/ управления гармоничным развертыванием иерархии "языков", представляющих формы общественноно сознания. Рассматривается также важное значение контентного анализа для выявления понятий и категорий общественного сознания в их современном состоянии.

855

Russian

(Language of the original document)

**KEYWORDS:**

mass media - audience - typology

**CECOM** *Central European Mass Communication Research Documentation Centre*

КОКОРЕВ И.Е. : К проблеме типологии аудитории массовой коммуникации./Материалы научного семинара "Семиотика средств массовой коммуникации".Часть I/

KOKOREV I.E. : Towards the Problem of the Typology of Mass Communication Audience. Materials of the Scientific Seminar "Mass Media Semiotics".Part I

Издательство МГУ, Москва 1973 pp. 110-119

A sociological approach towards the study of the typology of mass communication audience.

The differentiation of the ideological work should consist in the orientation to the concrete social types of personality as concentrated reflection of active social relations and the dynamics of mass interests and needs. It must be also noted that a type of personality is not always connected with the main demographic characteristics because typical peculiarities depend on the attitudes, value orientations, trends of personality, etc. The paper, based on the results of the sociological research, gives some of the main characteristics of separate types presenting a part of the audience of mass communication.

(date; abstract's author)

a collective working up,
Oct. 1976

PRESS RESEARCH CENTRE
Rynek Główny 23; tel.: 276-08
31-008 Kraków
Poland

855

русский

(язык подлинника)

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

средства массовой информации и пропаганды - аудитория - типология

(Дата; автор абстракта)

10/1976, коллективная разработка

ПЕЧАТОВЕДЧЕСКИЙ ЦЕНТР
Рынок Гл. 23
31-008 Краков, тел.: 278-68
Польша

**• ЦЕКОМ •** *Среднеевропейский Центр Документации Исследований Средств Массовой Информации и Пропаганды*

КОХОРЕВ И.Е. : К проблеме типологии аудитории массовой коммуникации

Материалы научного семинара "Семиотика средств массовой коммуникации". Часть I. Издательство МГУ, Москва 1973 стр. 110-119

Социологический подход к изучению типологии аудитории массовой коммуникации.

Дифференциация идеологической работы должна заключаться в ориентации на конкретные социальные типы личностей, возникающие как концентрированное выражение действующих социальных отношений и динамики массовых интересов и потребностей. Причем тип личности не всегда жестко связан с основными демографическими признаками, т.е. типические особенности зависят от установок, ценностных ориентаций, направленности личности и т.п. На результатах социологического исследования предлагается несколько основных характеристик отдельных типов, представляющих часть аудитории средств массовой информации.